



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

**A NARRATIVA TRANSMÍDIA NO JORNALISMO FACTUAL DE
ATUALIZAÇÃO CONTÍNUA: a cobertura jornalística realizada pela *BBC***

News Brasil no website, no Twitter e no Instragram

ADSON VINICIUS SANTOS SANTANA

São Cristóvão – SE / Brasil

2019



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO**

**A NARRATIVA TRANSMÍDIA NO JORNALISMO FACTUAL DE
ATUALIZAÇÃO CONTÍNUA: a cobertura jornalística realizada pela *BBC***

News Brasil no website, no Twitter e no Instagram

ADSON VINICIUS SANTOS SANTANA

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Sergipe, como requisito para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Orientador: Carlos Eduardo Franciscato

São Cristóvão – SE / Brasil

2019

**A NARRATIVA TRANSMÍDIA NO JORNALISMO FACTUAL DE
ATUALIZAÇÃO CONTÍNUA: a cobertura jornalística realizada pela *BBC
News Brasil* no website, no *Twitter* e no *Instagram***

ADSON VINÍCIUS SANTOS SANTANA

Aprovado com conceito _____.

Aprovado pela Banca Examinadora em 29/08/2019

Banca examinadora:

Dr. Carlos Eduardo Franciscato

Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior

Dr^a Tatiana Guenaga Aneas

Agradecimentos

À Universidade Federal de Sergipe, em especial ao Departamento de Comunicação Social e ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela oportunidade de realização deste trabalho e estudos no decorrer deste curso.

De forma carinhosa e especial aos meus queridos Pais: Maria e Antonio pela benção, carinho e compreensão. Aos meus irmãos Mel, Liu e Antônio, meus sobrinhos Liz, Dico e as pequeninas Maju e Alyce e meus cunhados Yoná, Osmar e Jai, cujo apoio sempre me motivou a alcançar mais este objetivo. Todos estes, com certeza, são os meus maiores motivos.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pela concessão da bolsa de estudos no segundo ano do curso de Mestrado.

Ao Prof. Dr. Carlos Eduardo Franciscato, pela orientação numa etapa importante do meu trabalho até o fim e a Prof^a Dr. Lilian Cristina Monteiro França e apoio ao longo de todo o trabalho, inclusive pelos ensinamentos na área prática, acadêmica e de pesquisa.

A todos os professores que de algum modo me ensinaram ou me auxiliaram durante os anos de trabalho, em especial aos professores e amigos.

Aos amigos, pela ajuda, atenção e colaboração durante diversas partes deste trabalho.

A todos funcionários, alunos e demais amigos do PPGCOM/UFS, que, sem exceção colaboraram para que este trabalho se torna um aprendizado ainda maior.

***“A web representa uma mudança de paradigma comunicacional
muito mais ampla que a adição de um sentido”.
Rosental Calmon Alves***

Resumo

O presente estudo parte do seguinte problema de pesquisa: As narrativas transmidiáticas no ambiente digital qualificam as estruturas textuais e as experiências do leitor do jornalismo factual diário? A partir dele foram elaboradas cinco hipóteses de trabalho: A narrativa transmídia possibilita maior contextualização do jornalismo factual diário ao oferecer ao leitor maior complexidade narrativa e engajamento nas notícias; Características específicas do jornalismo digital, aplicadas na cobertura do jornalismo diário, são potencializadas com as narrativas transmídia; O leitor de jornalismo diário pode experimentar um mais denso envolvimento com fatos cotidianos relevantes com as narrativas transmídia; A narrativa transmídia possibilita a emergência de novos gêneros e formatos do jornalismo diário no ambiente digital; A narrativa transmídia aumenta o tempo de permanência da notícia em circulação junto ao público. A pesquisa foi estruturada em uma metodologia baseada em pesquisa teórica e pesquisa empírica. A primeira etapa, portanto, consistiu-se de pesquisa bibliográfica e documental, com análise da literatura recente sobre os aspectos da temporalidade, jornalismo factual tradicional e nas novas mídias, gêneros jornalísticos no jornalismo factual e nas novas mídias, convergência midiática e narrativas transmídia. Num segundo momento foi realizado um estudo de caso, tomando como objeto um exemplo de uma produção jornalística multiplataforma: a *BBC News Brasil* em seu *website*, e em suas contas de *Twitter* e de *Instagram*. A coleta se deu no período de três meses (entre abril a junho de 2019) e consistiu na coleta das manchetes do *website BBC News Brasil* em dois horários diários, sendo o *Twitter* todos os posts relacionados as manchetes do dia e o *Instagram* o que foi postado no *Stories* sendo coletados ao final do dia, os dados obtidos foram tabulados de acordo com as seguintes categorias de análise, baseadas em Jenkins (2009b) e Souza (2011): Capacidade de perfuração, Continuidade X Multiplicidade, Imersão x capacidade de extração, Construção do Universo, Subjetividade e Espalhamento. Para análise dos dados foi utilizado o método de Análise de Conteúdo. Os resultados indicam que a narrativa transmídia na *BBC News Brasil* ainda é experimental.

Palavras-Chave: jornalismo factual; narrativa transmídia; convergência; notícia; *BBC News Brasil*.

Abstract

The present study starts from the following research problem: Do transmedia narratives in the digital environment change the textual structures and the experiences of the reader of daily factual journalism? From it, five working hypotheses were elaborated: Transmedia narrative enables greater contextualization of daily factual journalism by offering the reader greater narrative complexity and engagement in the news; Specific characteristics of digital journalism, applied in the coverage of daily journalism, are enhanced with transmedia narratives; The reader of daily journalism may experience a denser engagement with relevant everyday facts with transmedia narratives; Transmedia narrative enables the emergence of new genres and formats of daily journalism in the digital environment; The transmedia narrative increases the length of time the news is circulated to the public. The research was structured a methodology based on theoretical research and empirical research. The first step, therefore, consisted of bibliographic and documentary research, with analysis of recent literature on the aspects of temporality, traditional factual journalism and new media, journalistic genres in factual journalism and new media, media convergence, and transmedia narratives. Secondly, a case study was carried out, taking as its object an example of a multiplatform journalistic production: *BBC News Brasil* on its website, and on its Twitter and *Instagram* accounts. The collection took place over a period of three months (between April and May 2019) and consisted of the collection of headlines from the *BBC NewsBrasil* website at two daily times. The data obtained were tabulated according to the following analysis categories, based on Jenkins (2009b) and Souza (2011): Drilling Capacity, Continuity X Multiplicity, Immersion x Extraction Capacity, Universe Construction, Subjectivity and Scattering. For data analysis, we used the Content Analysis method. The results indicated that the transmedia narrative on BBC News Brasil is still expetimental.

Keywords: journalism; transmídia narrative; convergency; news; *BBC News Brasil*.

Sumário

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO 1 – TRANSFORMAÇÕES DO JORNALISMO FACTUAL NO AMBIENTE DIGITAL	201
1.1 O Jornalismo factual: a formação da notícia e suas transformações contemporâneas.....	21
1.2 Temporalidades no jornalismo factual.....	267
1.2.1 Formas temporais do jornalismo factual tradicional.....	29
1.2.2 A temporalidade jornalística nas formas e conteúdos das mídias digitais.....	312
1.3 Gêneros e formatos do jornalismo factual no ambiente digital.....	35
1.4 Temporalidade, notícia e narrativas transmídia.....	36
CAPÍTULO 2 – NARRATIVAS TRANSMÍDIA NO JORNALISMO DIGITAL	412
2.1 Multiplataformas, convergência e transmidialidade: repercussões sobre o jornalismo digital	412
2.2 As formas narrativas do jornalismo no ambiente digital	47
2.3 Narrativas transmídias, jornalismo factual e temporalidade.....	512
2.4 Características das narrativas transmídia no jornalismo	534
CAPÍTULO 3 – NARRATIVAS TRANSMÍDIAS NO JORNALISMO FACTUAL DA BBC NEWS BRASIL	60
3.1 Questões metodológicas	60
3.2 A BBC News Brasil: projeto editorial e configuração como conglomerado de mídia	68
3.2.1 Características do website da BBC News Brasil	745
3.2.2 Características da página do Twitter da BBC News Brasil	78
3.2.3 Características da página do Instagram da BBC News Brasil	83
3.3 Narrativas transmídias na reconfiguração do jornalismo factual digital.....	888

3.3.1 Contextualização, complexidade e engajamento	912
3.3.2 Intensificação das características do jornalismo digital	990
3.3.3 Maior envolvimento do leitor com fatos cotidianos	1067
3.3.4 Emergência de novos gêneros e formatos do jornalismo diário	1134
3.3.5 Tempo de permanência da notícia em circulação junto aos leitores	1190
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	1278
5.REFERÊNCIAS	130

Lista de Tabelas

Tabela 1	Categorias de Análise segundo Jenkins (2009b) e Souza (2011)	51
Tabela 2	Distribuição de manchetes, <i>tweets</i> e <i>posts</i> pelos meses de coleta	64
Tabela 3	Categorização dos dados – Número de Manchetes M1 (14h) e M2 (20h) que atendem a uma das Hipóteses de pesquisa	89
Tabela 4	Categorização dos dados - Manchetes M1 (14h) e M2(20h) por Hipótese de pesquisa	90
Tabela 5	Manchetes que atendem ao critério da Hipótese 1 (mais de 100 comentários)	93
Tabela 6	Manchetes que atendem ao critério da Hipótese 2 (publicação de <i>Stories</i> no <i>Instagram</i>)	101
Tabela 7	Manchetes que atendem ao critério da Hipótese 3 (mais de 100 <i>likes</i>)	107
Tabela 8	Manchetes que atendem ao critério da Hipótese 4 (uso de outros recursos)	114
Tabela 9	Manchetes que atendem ao critério da Hipótese 5 (mais de 100 <i>retweets</i>)	121

Lista de Figuras

Figura 1	Gráfico do processo de revisão da <i>Royal Charter</i> - 2016	69
Figura 2	Gráfico que mostra ser a <i>BBC</i> o terceiro mais popular serviço <i>online</i> em 2015	70
Figura 3	Avaliação do <i>website</i> da <i>BBC</i> em 2016	71
Figura 4	<i>Print</i> do menu principal do <i>website</i> da <i>BBC News Brasil</i>	75
Figura 5	<i>Print</i> do box de acesso às redes sociais da <i>BBC News Brasil</i>	76
Figura 6	<i>Print</i> do menu em inglês do <i>website</i> da <i>BBC News Brasil</i>	76
Figura 7	Página de abertura do <i>website</i> da <i>BBC News Brasil</i>	77
Figura 8	<i>Box</i> apresentado ao final de cada matéria da <i>BBC News Brasil</i>	77
Figura 9	<i>Print</i> da tela de abertura da conta do <i>Twitter</i> da <i>BBC News Brasil</i>	80
Figura 10	<i>Print</i> da Conta do <i>Twitter</i> da <i>BBC News Brasil</i> – Fotos e Vídeos	81
Figura 11	<i>Print</i> da Conta do <i>Twitter</i> da <i>BBC News Brasil</i> - <i>Moments</i>	82
Figura 12	Imagem dos <i>Stories</i> num <i>smartphone</i>	84
Figura 13	Lançamento do IGTV	84
Figura 14	<i>Print</i> da tela de abertura da conta do <i>Instagram</i> da <i>BBC News Brasil</i>	85
Figura 15	<i>Print</i> da segunda tela de abertura da conta do <i>Instagram</i> da <i>BBC News Brasil</i>	86
Figura 16	<i>Print</i> de postagem na conta do <i>Instagram</i> da <i>BBC News Brasil</i>	87
Figura 17	<i>Print</i> da tela de abertura da conta do <i>Instagram</i> da <i>BBC News Brasil</i>	88
Figura 18	<i>Print</i> da tela do <i>site</i> da <i>BBC News Brasil</i> com a matéria “STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre”	94
Figura 19	<i>Timeline</i> do <i>Twitter</i> – Manchete “STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre”	95
Figura 20	<i>Print</i> do <i>tweet</i> final da sequência que acompanhou a Manchete “STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre”	98
Figura 21	<i>Print</i> do <i>Stories</i> do <i>Instagram</i> que acompanhou a Manchete “STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre”	99

Figura 22	<i>Print da tela do site da BBC News Brasil com a matéria “‘Catedral de Notre-Dame: o que se sabe sobre o incêndio que consumiu igreja em Paris’”</i>	101
Figura 23	<i>Print da tela do Twitter que acompanhou a matéria “Catedral de Notre-Dame: o que se sabe sobre o incêndio que consumiu igreja em Paris”</i>	103
Figura 24	<i>Print da tela do Twitter sobre incêndio na Catedral de Notre-Dame</i>	104
Figura 25	<i>Print da tela do Stories que acompanhou a matéria “‘Catedral de Notre-Dame: o que se sabe sobre o incêndio que consumiu igreja em Paris’”</i>	104
Figura 26	<i>Print da tela de vídeo no Twitter que acompanhou a matéria “Catedral de Notre-Dame: o que se sabe sobre o incêndio que consumiu igreja em Paris”</i>	106
Figura 27	<i>Print da tela do site da BBC News Brasil com a matéria “Humanidade perdeu mais com incêndio do Museu Nacional do que na Notre-Dame, diz diretor da instituição brasileira”</i>	109
Figura 28	<i>Print da tela do Twitter da BBC News Brasil com a Manchete “Humanidade perdeu mais com incêndio do Museu Nacional do que na Notre-Dame, diz diretor da instituição brasileira”</i>	111
Figura 29	<i>Print das telas do site da BBC News Brasil com a Manchete “Como eclipse solar no Ceará confirmou Teoria da Relatividade e transformou Einstein em celebridade” (14h e 20h)</i>	112
Figura 30	<i>Print das telas do Stories do Instagram da BBC News Brasil com a Manchete “Como eclipse solar no Ceará confirmou Teoria da Relatividade e transformou Einstein em celebridade”</i>	113
Figura 31	<i>Print das telas do Twitter da BBC News Brasil com a Manchete “Como eclipse solar no Ceará confirmou Teoria da Relatividade e transformou Einstein em celebridade”</i>	113
Figura 32	<i>Print da tela do site da BBC News Brasil com a Manchete “Ladrões usaram uma escavadeira para arrancar e roubar caixa eletrônico na Irlanda do Norte”</i>	115
Figura 33	<i>Print da tela do Twitter com link para o canal do YouTube da BBC News Brasil que acompanha a Manchete: “Ladrões usaram uma escavadeira para arrancar e roubar caixa eletrônico na Irlanda do Norte”</i>	116
Figura 34	<i>Print da tela do do YouTube da BBC News Brasil que acompanha a Manchete: “Ladrões usaram uma escavadeira para arrancar e roubar caixa eletrônico na Irlanda do Norte”</i>	116
Figura 35	<i>Narrativa transmídia – Comentário através do canal do YouTube da BBC News Brasil</i>	117
Figura 36	<i>Narrativa transmídia – Detalhe – link em postagem no Twitter</i>	118
Figura 37	<i>Detalhe da Figura 36</i>	118
Figura 38	<i>Página do G1 com matéria indicada por internauta</i>	119
Figura 39	<i>Narrativa transmídia – Stories/Instagram da BBC News Brasil</i>	119
Figura 40	<i>Print da Manchete: “Governo Bolsonaro é pior do que eu imaginava porque 'não vi nada' até agora, diz FHC” no website da BBC News Brasil</i>	122
Figura 41	<i>Print da tela de atualização Manchete: “Governo Bolsonaro é pior do que eu imaginava porque 'não vi nada' até agora, diz FHC” no website da BBC News Brasil</i>	123
Figura 42	<i>Print das telas do Twitter da Manchete: “Governo Bolsonaro é pior do que eu imaginava porque 'não vi nada' até agora, diz FHC”</i>	124
Figura 43	<i>Print da tela da Manchete: “Cassada, senadora conhecida como 'Moro de saias' diz que foi ingênua e se compara a Bolsonaro: 'Fiz uma trapalhada’” no website da BBC News Brasil</i>	125
Figura 44	<i>Print da tela do Twitter: “Cassada, senadora conhecida como 'Moro de saias' diz que foi ingênua e se compara a Bolsonaro: 'Fiz uma trapalhada’”</i>	126

INTRODUÇÃO

A contemporaneidade apresenta como um dos principais temas de discussão a presença da internet na sociedade e seus desdobramentos em praticamente todas as esferas da sociedade. Ainda que de modo desigual, a chamada inclusão digital vai se expandindo, gerando desdobramentos também para o universo do jornalismo, tema central, no que diz respeito ao ambiente investigativo desta pesquisa. Tal contexto faz com que haja uma movimentação no âmbito do jornalismo, passando a, gradativamente, ir se afastando das plataformas tradicionais, como o suporte impresso, para desenvolver modelos digitais. Essa premissa fez com que muitas empresas passassem a adotar a máxima: “digital first”, focando no jornalismo digital e, com a expansão dos dispositivos móveis, em particular os *smartphones*, assumiu como meta o “mobilefirst”.

Ao mesmo tempo em que tais mudanças tecnológicas acontecem, instala-se uma crise no jornalismo factual, ou seja, o jornalismo baseado em fatos e não em opiniões, pautando-se, portanto, sobre a verdade, tem encontrado problemas para, num curto espaço de tempo, conseguir verificar a veracidade de um fato. Acrescente-se, ainda, que a velocidade em que os fatos são disponibilizados nas redes sociais e muitas vezes “viralizam”, vem levando o jornalismo a vivenciar novas pressões sobre o tempo.

Dentro do quadro brevemente apresentado, essa dissertação procura estudar o seguinte problema de pesquisa e as suas cinco hipóteses. O Problema de pesquisa foi assim formulado: as narrativas transmidiáticas no ambiente digital qualificam as estruturas textuais e as experiências do leitor do jornalismo factual diário?

As cinco hipóteses de trabalho foram assim redigidas: A narrativa transmídia possibilita maior contextualização do jornalismo factual diário ao oferecer ao leitor maior complexidade narrativa e engajamento nas notícias; Características específicas do jornalismo digital, aplicadas na cobertura do jornalismo diário, são potencializadas com as narrativas transmídia; O leitor de jornalismo diário pode experimentar um mais denso envolvimento com fatos cotidianos relevantes com as narrativas transmídia; A narrativa transmídia possibilita a emergência de novos gêneros e formatos do jornalismo diário no ambiente digital; A narrativa transmídia aumenta o tempo de permanência da notícia em circulação junto aos públicos por meio de procedimentos conversacionais e de repercussão.

A relevância do problema apresentado fundamenta-se na necessidade de produção de conteúdo para várias plataformas diferentes, o que vem levando a realização de coberturas jornalísticas transmídia que, por sua vez, desdobram-se em questões relativas às próprias construções temporais, no jornalismo factual, que assumem paradigmas diferentes dos tradicionais padrões do jornalismo impresso.

Entende-se que no jornalismo factual há dois momentos dessa constituição: com ela foi formulada no jornalismo tradicional a partir da noção de periodicidade e jornalismo diário; e como ela é reconfigurada pela lógica da instantaneidade que orientou a constituição de uma mobilidade de jornalismo de atualização contínua.

De modo mais direto, é importante destacar que a base do problema se vincula à transformação tecnológica do jornalismo tradicional, em que o modelo de jornalismo factual de periodicidade diário era predominante, para um novo padrão tecnológico do jornalismo, baseado no ambiente digital com características de: hipertextualidade, multimídia, multiplataforma, mobilidade e atualização contínua.

Nesse sentido, a questão central desta pesquisa direciona-se para problematizar as mudanças porque uma forma específica de jornalismo, o denominado jornalismo factual diário, vem alcançando em consequência de novos modos de comunicação digital, caracteristicamente multimidiáticos e com forte acento na comunicação móvel. Particularmente, esta pesquisa dá atenção às experiências de coberturas jornalísticas transmidiáticas, que alteram vários aspectos da atividade jornalística, incluindo suportes, linguagens, plataformas, organizações e suas repercussões sobre conteúdos jornalísticos factuais, seus sentidos de temporalidade e suas relações com os públicos e uma cultura crescentemente participativa.

Cabe lembrar que o próprio conceito de notícia vem mudando, como destaca Vizeu (2014), os critérios substantivo e vem sendo modificados com a chegada de novos meios e novas rotinas de produção.

Esses novos meios fazem com sejam criadas novas demandas por parte do público, instaurando “concorrências” com as redes sociais e pressionando as empresas de mídia a criarem alternativas para permanecerem competitivas.

Vizeu e Alves (2017) ressaltam que uma complexa equação entre a pressão das audiências e a fragilidade das instituições vai conferindo ao jornalismo novos contornos:

No cenário digital, torna-se mais fácil a mobilidade, a convergência e a interoperabilidade entre as múltiplas plataformas num mesmo dispositivo de acesso. O que reúne numa mesma tela serviços de transmissão e recepção

audiovisual, internet, rádio, troca de mensagens, acesso às redes sociais, entre outros. Agora se têm diversos aparelhos – televisão digital, televisão conectada (*smartTV*), *smartphone*, *tablet* – e com eles surgem as inúmeras possibilidades de experimentação de conteúdos e também novos hábitos de consumo e recepção (p.4).

Esse contexto parece favorecer a utilização de narrativas transmídia. O conceito de transmídia, trabalhado ao longo desta dissertação, estrutura-se na perspectiva de Jenkins (2009, 2011), para quem a produção transmídia envolve a produção de conteúdo para várias plataformas, com o objetivo de narrar uma história, no nosso caso, uma notícia.

Ao produzir narrativas transmídia, o jornalismo tem potencial para afetar a dimensão da temporalidade nas notícias (FRANCISCATO, 2005) ao criar novos formatos, sentidos e experiências de leitura. Para o autor, as rotinas contemporâneas do jornalismo demandam a criação de rotinas que permitam ao leitor encontrar determinadas características, a saber: 1) instantaneidade; 2) simultaneidade; 3) periodicidade; 4) novidade; 5) revelação pública (p. 112). O autor atualiza a questão da temporalidade nas práticas jornalísticas contemporâneas constituídas no ambiente das mídias digitais, chamando a atenção para o surgimento de uma “[...] temporalidade múltipla caracterizada por leituras em simultaneidade em telas de diferentes dispositivos” (FRANCISCATO, 2018, p. 13).

As redes sociais digitais vêm sendo um ambiente privilegiado para essas novas experiências. Para os objetivos desse trabalho, investigamos as produções jornalísticas da *BBC News Brasil* em duas delas, o *Twitter* e o *Instagram*.

Nestes novos ambientes de produção e consumo de notícias, cabe destacar a atuação do *Twitter*, um *microblog* criado em 2006, se destaca por sua característica de mídia digital, apontando para novas formas de produzir e divulgar conteúdo. De acordo com o *site* *STATISTA* são mais de 330 milhões de usuários (STATISTA, 2019) ativos em todo o mundo, o que confere ao *Twitter* uma importância significativa para as práticas jornalísticas.

O *Twitter* estrutura-se nos princípios de hipertextualidade e hipermedialidade, não se restringindo apenas à esfera verbal, embora esta seja a sua característica principal, mas apresentando várias possibilidades de leitura de imagens, sons, músicas, recursos de áudio, entre outros. O *microblog* constitui-se numa importante instância de mediação tecnológica para o universo das notícias, reunindo a capacidade de informar com rapidez e, também, de mobilização social (FRANÇA, 2015).

Para além do seu *site*, a *BBC News Brasil* divulga suas informações pelo *Facebook*, *Twitter*, *Google +*, *Instagram* e *Facebook*, entre outras, inclusive em plataformas de vídeo e ainda possui um *feed* de notícias, conferindo à *BBC News Brasil* um carácter de produção de narrativas transmídia.

A produção jornalística da *BBC News Brasil* concentra-se no *site* <www.bbcbrasil.com>, mas inclui também boletins de notícias transmitidos pelas rádios *CBN* e *Globo* e vídeos veiculados na televisão pela *Band*. Os vídeos e boletins de áudio também podem ser vistos e ouvidos pelo *site*.

O *Instagram* tem sido, também, uma rede social digital de uso recorrente pela *BBC News Brasil*. O *Instagram*, é uma rede social *online* de compartilhamento de fotos e vídeos, que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de redes sociais, como o *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr* e *Flickr*. Fundado em 2010, o *Instagram* se enquadra na lista dos aplicativos mais utilizados e tem sido apropriado nas práticas jornalísticas, com recursos transmídia, podendo apresentar um mesmo assunto em diversas formas de linguagem como o *instastories*, que foi lançado em agosto de 2016, em que qualquer usuário pode enviar vídeo ou foto de 10 segundos, que fica disponível por 24 horas ao clicar na foto do perfil – e para perfis com mais de 10 mil seguidores, pode anexar *links* (do tipo “arraste para cima”) podendo encaminhar o usuário para uma página ou *site*. Em dezembro de 2017, o *Instagram* aprimora o seu buscador, e faz com que seus usuários tenham buscas mais rápidas e relacionadas aos seus interesses. Essas escolhas são definidas de acordo com a interação de seus usuários através de pessoas seguidas, seguidores, *hashtags* e localidades. Em junho de 2018, *Instagram* lança o IGTV que é um aplicativo para vídeos mais longos.

A conta da *BBC News Brasil* no *Instagram* (@bbcbrasil) possui mais de 342 mil seguidores e mais de 4.534 publicações e tem a proposta de ser um ambiente em que disponibiliza fotos e vídeos da equipe da *BBC News Brasil*. A diversidade de plataformas utilizadas pela *BBC News Brasil*, permite examinar em que medida a questão da transmidialidade afeta a produção e o consumo de notícias factuais diárias, permitindo formular também a seguinte pergunta da pesquisa: Que tipo de construções temporais ocorre em coberturas jornalísticas transmídia?

Embasa essa pesquisa a discussão acerca de novos modos de relacionamento com o tempo nos ambientes digitais, como argumenta Franciscato (2009):

A intenção de falarmos aqui sobre um 'tempo social' enquanto um fenômeno específico é consequência da percepção de que a temporalidade jornalística, ao se constituir em uma rede de relações imersas no presente e, ao mesmo

tempo, constituir relações com sentido temporal de presente, está ligada a duas ordens de fenômenos sociais: por um lado, a prática jornalística atua como mediadora e articuladora de uma série de relações sociais em processos macrossociais (processos discursivos no espaço público, racionalidade da produção e do mercado, recursos tecnológicos), auxiliando sua institucionalização num tempo e num espaço particulares. Por outro lado, a temporalidade jornalística ganha especificidade na prática social e cultural própria da instituição jornalística. A atividade jornalística está vinculada a uma organização institucional, sendo desenvolvida por um corpo técnico especializado que segue regras e normas éticas e profissionais que especificam seu papel social e delimitam critérios de qualidade do produto (p.2).

Para fins de composição da amostra foi selecionado o período de abril a junho de 2019, e foi estabelecida a coleta de manchetes, *tweets* e *Stories* em todos os dias úteis (excluindo-se, portanto, sábados, domingos e feriados).

Foram coletadas 113 manchetes de seu *website*, nos dois horários de atualização de manchetes, às 14h e às 20h (observando-se que em alguns dias as manchetes não foram alteradas), 441 *tweets* e 69 *posts* no *Stories* do *Instagram* (em 33 dias não houve postagens no *Stories*).

A recolha de dados foi manual, ou seja, não se utilizou nenhum tipo de *software* de análise de redes sociais. O próprio pesquisador, nos horários pré-determinados, consultava o *website* e as redes sociais e (através do recurso do *prints creen*, que permite armazenar a imagem de cada matéria, seja no *website*, no *Twitter* ou no *Instagram*) fazia uma cópia de cada matéria e a arquivava num documento do Word. Paralelamente os títulos de cada matéria coletada foram organizados numa planilha do Excel, por ordem cronológica.

As categorias de análise, elaboradas durante o levantamento, objetivaram identificar como foi construída a narrativa transmídia e seus efeitos sobre o jornalismo factual diário. Buscou-se identificar as especificidades de linguagens e conteúdo das três plataformas investigadas (*website*, *Twitter* e *Instagram*), as temporalidades múltiplas que despertam e as experiências de interação entre a organização jornalística e seus leitores.

O exame das categorias deu-se com base na análise de conteúdo, que, segundo Bardin (2011), “[...] consiste num conjunto de técnicas de análise das comunicações” (p. 31), que buscam, segundo a autora: evidenciar, desmascarar, medir, seguir a evolução, radiografar, avaliar, por em relevo, compreender, por exemplo, “Desde mensagens linguísticas em forma de ícones até comunicações em três dimensões” (p. 32).

Para a operacionalização da análise de conteúdo, dois aspectos são fundamentais: a descrição analítica e a inferência. Por descrição analítica Bardin (2011) entende o tratamento da informação contida nas mensagens, levando em conta tanto a forma quanto o conteúdo da mensagem (p. 34). Bardin (2011) ressalta que: “A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não) (p. 38).

Bardin (2011) sugere uma análise em três níveis: amostra de texto, contextualização e análise de relações. O nível da “amostra de texto” é o que diz respeito ao *corpus* da pesquisa, reunindo os elementos que serão analisados. A contextualização refere-se aos exemplos selecionados para uma análise mais acurada e a análise das relações permite a investigação do problema da pesquisa.

Em um estudo sobre o *Twitter*, Recuero (2014) utiliza o método da análise de conteúdo e a estrutura de sua análise baliza o desenvolvimento metodológico aqui aplicado.

Num primeiro exercício analítico, foram consideradas as seguintes categorias iniciais de análise, propostas por Jenkins (2009) e Souza (2011): Capacidade de perfuração, Continuidade X Multiplicidade, Imersão x capacidade de extração, Construção do Universo, Subjetividade e Espalhamento. Elas foram utilizadas como modo de investigar as cinco hipóteses propostas e, a partir desse percurso, investigar as influências da linguagem transmídia para o jornalismo factual digital de atualização contínua.

Para a análise aqui proposta o presente trabalho compõe-se de uma introdução, três capítulos e as considerações finais. O primeiro capítulo, “Transformações do jornalismo factual no ambiente digital”, discute as mudanças no jornalismo com o advento da internet, as temporalidades no jornalismo factual tradicional e nas mídias digitais, a passagem do jornalismo diário para o jornalismo de atuação contínua e os gêneros e formatos do jornalismo factual no ambiente digital.

O segundo capítulo procura investigar como as narrativas transmídia, a utilização de multiplataforma, a cultura da participação e a convergência midiática alteram a rotina do jornalismo factual tradicional.

No terceiro capítulo encontram-se os procedimentos metodológicos, as análises e as discussões dos resultados.

Finalmente, algumas considerações finais procuram apresentar quais hipóteses foram confirmadas ou refutadas e em que medida as narrativas transmídia de fato têm se integrado ao jornalismo factual.

CAPÍTULO 1 – TRANSFORMAÇÕES DO JORNALISMO FACTUAL NO AMBIENTE DIGITAL

1.1 O jornalismo factual: a formação da notícia e suas transformações contemporâneas

O termo “factual” deriva do latim *factum*, significando: “Evento de cuja ocorrência se tem conhecimento, ou coisa cuja existência não se põe em dúvida” (MICHAELIS, *online*) e tem sido utilizado para caracterizar um tipo de jornalismo, o jornalismo factual.

Como forma de estabelecer uma contextualização em torno do gênero, observa-se que o jornalismo factual, assim como outros:

[...] gêneros hegemônicos na atualidade, possui raízes profundas, desde o século XVII, perdurando até o século XIX. Nesse caso específico o que se demarcava como factual não era tanto o aspecto temporal (novidade), mas o aspecto da objetividade do fato jornalístico, que deveria ser separado da opinião/argumentação (MELO, 2010, p.2).

Melo (2010) ressalta que em algumas culturas predomina o jornalismo argumentativo, mas, “Nas comunidades anglo-saxãs prevalece o jornalismo referencial, valorizando racionalmente o relato dos acontecimentos e só secundariamente respaldando os comentários a respeito deles” (p.2).

Foi no século XVII que o jornalismo referencial começou a dar sinais de que o gênero se destacaria no momento em que a imprensa diária eclodia. Para Peucer (2000 apud MELO, 2010, p. 3) os primeiros periódicos registravam o que acontecia de forma recente, tendo como base os padrões narrativos (*novellae e relationes novellae*).

De acordo com Melo (2010):

As *novellae* (ou notícias) são entendidas como “formas de histórias”, disposições mais recentes”, história variada”, “coisa desordenadas”. As *relationes novellae* (relatos jornalísticos) “contêm a sucessão de coisas diversas acontecidas recentemente”. A rigor, “têm mais em conta a exata sucessão dos fatos que estão inter-relacionados e suas causas” (MELO, 2010, p. 3-4).

A importância de Peucer para os estudos sobre a história do jornalismo, pode ser verificada no seguinte relato de Jorge (2007, p. 53):

Considerado “progenitor da Teoria do Jornalismo” por muitos estudiosos, o alemão que defendeu a primeira tese sobre jornalismo na Universidade de Leipzig (Alemanha) em 1690, Tobias Peucer (2004: 11-30), já discutia o conceito de notícia quando declarava: “É sabido por todos que novellae tem a mesma acepção de Novos Periódicos”, e que o Glossarium ad scriptores mediae et infimae latinitatis, dava a palavra novellae com o sentido de “nova comunicação”, tal como aparecia nos relatórios dos concílios religiosos. De fato, a primeira vez em que a palavra Newes apareceu na Inglaterra, ainda com a grafia antiga e como sinônimo de “novas” ou “novidades”, foi na publicação Newes concernynge the Councell holden at Trudent (Novas concernentes ao concílio realizado em Trento), em 1549.

Jorge Pedro Souza (2004, p. 45 apud MELO, 2010, p. 3) recorre ao texto de Peucer para dizer que a imprensa informativa já existia no século XVII, quando seus aspectos já apresentavam domínio no período.

Franciscato (2003, p.25) recupera outras características sócio históricas do jornalismo que contribuem para pensar a constituição do jornalismo e, por conseguinte, do jornalismo factual:

- a) A atividade jornalística opera como base em determinados princípios que singularizam e dão especificidade à sua prática e ao seu produto;
- b) Como instituição social, o jornalismo cumpre um papel específico, não executado por outras instituições;
- c) Situada em contextos espaço-temporais concretos, a instituição jornalística está entranhada em que atua, o qual limita certas possibilidades de produção jornalística;
- d) Estar imerso em um contexto espaço-temporais concretos significa também um vínculo do jornalismo a processos sociais amplos e históricos que atravessam formas específicas de instituições e que constituem os princípios organizativos de uma sociedade, tais como a construção e transmissão da cultura, as relações econômicas (o mercado como regulador da circulação), as formas de ação política e as transformações tecnológicas;
- e) O produto jornalístico (o seu ‘texto’) não é sintético no sentido da ‘síntese’ executada pelas ciências, mas plural;
- f) O produto jornalístico é permanentemente diálogo entre os diferentes interlocutores envolvidos na sua produção ou na sua recepção, mesmo que ocorram situações de desigualdade na interlocução;
- g) O produto jornalístico oscila entre um trabalho mais marcadamente individual (quase autoral) e um trabalho coletivo, o que afeta diretamente os modos de sua produção, os valores aplicados e as formas que ele assume socialmente...;
- h) O produto jornalístico funciona como um “documento público” (Park, 1955:81). Seu conteúdo rompe a esfera dos laços de intimidade da vida privada e se torna passível de circular socialmente com base num ‘uso público’ desse conteúdo pela sociedade.

Como fundante desse processo de construção do jornalismo e de seus gêneros, o conceito de notícia assume papel fundamental:

Sabemos que as notícias nasceram a partir de uma predisposição narrativa de eventos e da forma como esta predisposição alcança uma materialidade discursiva, seja este discurso oral ou escrito. O século XIX foi importante para a definição de alguns estilos e gêneros jornalísticos (Schudson, 1995), desenvolvidos a partir de construções textuais produzidas no contexto de referências culturais e literárias, bem como por imposições de exigências de ordem industrial e tecnológica. Estas experiências conduziram ao estabelecimento de determinados formatos padronizados para a caracterização do produto 'notícia', tanto no que se refere ao seu estilo e formato quanto nos conteúdos e qualidades que este produto deve conter de forma necessária ou complementar (FRANCISCATO, 2003, p. 27-28).

O autor pondera que a questão “o que faz um determinado objeto, tema ou questão se tornar notícia?” foi determinante para “chegar a uma certa institucionalização de modos de reconhecer e selecionar eventos” (FRANCISCATO, 2003, p. 28).

Jorge (2007), por sua vez, aponta alguns elementos históricos importantes para o conceito de notícia:

Newes referia-se especificamente às narrativas vindas do estrangeiro. Depois, segundo Peucer, “os monges começaram a empregar o termo ‘notícia’ e a palavra nouvelle passou a ser de uso corrente entre os franceses. No francês nouvelle e no inglês news, esses dois termos são empregados como sinônimos para o que é novo e para notícia, resultando uma certa confusão semântica nas duas línguas, mas que termina reforçando um dos principais valores da informação jornalística, o sentido de atualidade. Já no português, o termo notícia deriva diretamente do latim *notitia*, com a mesma raiz em *notio*, conhecimento; sua apropriação pelo jornalismo se deu em conjunção com os significados de novo e novidade. Em 1622, na Inglaterra, o primeiro número de *A Current of General Newes* pode ser considerado um marco no jornalismo, dentro das características de periodicidade e atualidade: é um semanário dedicado a notícias da Itália, Alemanha, Hungria, França e Países Baixos. A imprensa regular francesa nasce em 1631 a partir de folhas com ofertas de empregos, o *Bureau d’Adresses et de Rencontre*, que daria origem aos *Classificados* contemporâneos. Jean-Baptiste Colbert, em 1665, na França, imagina uma folha destinada à vida intelectual: o *Journal des Sçavants* (Jornal dos Sábios) para noticiar “cequi se passe de nouveau dans la République des Lettres” (o que se passa de novo na república das letras). É a primeira vez que se usa a palavra *Journal*, definido como “relação dos acontecimentos dia a dia”. O primeiro título da imprensa feminina no Ocidente, o *Lady’s Mercury* traz, em 1693, uma seção de consultório sentimental (Buitoni, 1990: 86), quase uma década antes de o primeiro diário em língua inglesa, *Daily Courant*, de 1702, ter estabelecido mais um ponto de mutação do jornalismo: pela primeira vez se fez a diferença entre notícia e comentário, expressa no slogan adotado pelo periódico: “Only news, no comments” (Só notícias, nenhum comentário) (p. 53-54).

Vale à pena destacar que o jornalismo é uma prática intelectual que visa prestar informações a sociedade por meio de notícias. Pode considerar que a prática jornalística como possuída de um discurso, que pode ser expresso através das notícias, ou seja, é uma relação única, pois onde quando se “lê notícia, lê-se jornalismo” (JORGE, 2007, p. 37). São vastos os conceitos de notícia, que do latim *notitia*, a gênese está no

conhecimento, em noção. “Nos dicionários, a palavra pode ter vários significados: 1 Informação, notificação, conhecimento; 2 Observação, apontamento, nota; 3 Resumo de um acontecimento; 4 Escrito ou exposição sucinta de um assunto qualquer; 5 Novidade, nova; 6 Nota breve sobre um assunto, lembrança” (Jorge, 2007, p. 37).

Uma das formas de perceber a notícia tem sido o reconhecimento de características recorrentes que um texto noticioso rotineiramente apresenta. Estas características, desde o seu recebimento, nos estudos em jornalismo, o nome de “critérios de noticiabilidade”, que, explica Franciscato (2003, p. 28) é uma “expressão empregada para delimitar um conjunto de referências estáveis na rotina jornalística de trabalho que, analisadas em sua regularidade, revelariam a noticiabilidade de um evento”¹.

Assim, seria a notícia resultado de um processo de produção e, ao mesmo “a notícia é resultante de uma combinação complexa de elementos díspares: sua forma e conteúdo final representam a convergência de vários processos sociais” Franciscato (2003, p. 28).

A ideia de notícia como “novidade” começa, na história do jornalismo no Ocidente, já nas primeiras experiências no início do século XVII. Entre as primeiras produções jornalísticas, Franciscato (2003) destaca os “*newsbooks*”, que eram compostos por relatos de acontecimentos surgidos em decorrência de: “1) demandas historicamente contextualizadas (eventos políticos causaram um crescimento na demanda por notícias); 2) *newsbooks* eram um meio ideal para propaganda parlamentar; e 3) e a quebra de legislações reais para o controle de produtos impressos” (SIEBERT *apud* FRANCISCATO, 2003, p. 31).

Esse impulso inicial ocorrido no século XVII contribui para a estruturação do jornalismo como instituição social, focado na notícia como conteúdo integrante da comunicação humana. Três principais experiências noticiosas foram vivenciadas conforme o seu modo de transmissão: “as notícias transmitidas oralmente (*'spokennews'*), aquelas escritas em suportes diversos, como as manuscritas (*'writtennews'*), e aquelas impressas no sistema mecânico de impressão (*'printednews'*)” (FRANCISCATO, 2003, p. 32-33).

¹ Cabe ressaltar que: “Noticiabilidade (“newsworthiness”) significaria, em uma definição inicial de Wolf, um “conjunto dos requisitos que se exigem dos acontecimentos (...) para adquirirem a existência pública como notícia” (1994: 170). Em outras palavras, a intenção de entender a noticiabilidade de um evento a partir do estudo desses critérios tende a considerar principalmente duas premissas: é possível encontrar no evento noticioso características estáveis e recorrentes que revelariam sua especificidade; esses critérios são, de alguma forma, manuseáveis por jornalistas no seu cotidiano profissional, servindo concretamente como técnica ou recurso de trabalho” (FRANCISCATO, 2003, p. 28).

Jorge (2007, p. 67), discutindo o conceito de notícia, pergunta e esclarece:

O que é mesmo a notícia? Quais são as características da notícia hoje? Sabemos que a notícia absorveu, do positivismo, os princípios da objetividade, neutralidade e imparcialidade. Sigal (apud Vizuete e Marcet, 2003: 55) abordou a dificuldade em se conceituar a notícia: “Ninguém sabe o que são [as notícias]. O outro problema é que ninguém sabe o que significam”. Essa dificuldade derivaria da “ausência de um critério compartilhado universalmente para distinguir o que as notícias são do que elas não são”. Alsina reconheceu: “A notícia, em concreto, é uma realidade complexa, diversa e mutante” e “uma realidade poliédrica, de que só conhecemos algumas das faces” (apud Jorge, 2006).

O desenvolvimento tecnológico, com novas formas de impressão, o processo de alfabetização e a criação de novos hábitos deram ao jornalismo e a própria notícia, um espaço central na sociedade. O século XIX, entretanto, marcou a consolidação do jornalismo em sua forma institucionalizada, momento em que o processo de industrialização “da notícia” se acelerou, ganhando importância social e cultural (FRANCISCATO, 2003, p. 38-40).

Nesse contexto, a discussão em torno do conceito de notícia vai ganhando relevo. De acordo com Jorge (2007), a notícia é o resultado mais importante do jornalismo e surge da “[...] diferenciação entre dois polos opostos, as chamadas hard news e soft news, que em espanhol encontram correspondência nas expressões contenidos duros e contenidos blandos e em português são vistas como “notícias duras” e “notícias de entretenimento” (p. 24).

Para Jorge (2007):

As notícias podem ser classificadas por sua forma de apresentação, pelo conteúdo, pela estrutura, e assumem diferentes formatos de acordo com cada um dos meios de comunicação (rádio, jornal, revista, TV, internet). Mídia e produto, para as agências de publicidade, matéria paga nos veículos ou resultado de transações comerciais entre empresas; unidade discursiva, na literatura, na retórica, na linguística, a notícia é uma forma de transmissão cultural na sociologia. No jornalismo, assim como a entendemos 69 nesta pesquisa, a notícia, além de aparecer como sinônimo de comunicação e informação, é um gênero, por contraposição a reportagem, artigo, coluna, por exemplo; é também uma unidade básica de produção, que engloba um determinado modus faciendi, obedece a regras e oferece um certo resultado: o relato publicado (p. 69).

A autora, ainda, apresenta algumas definições, segundo ela, importantes para compreender o conceito de notícia:

- hard news – notícias duras, que dizem respeito, na maioria das vezes, a acontecimentos de política e economia, crimes, guerras, tragédias. As matérias

deste segmento referem-se a acontecimentos correntes (um incêndio, um assassinato, a libertação de prisioneiros) e seu tempo de validade é curto;

- soft news – notícias brandas, ocorrências de menor importância, geralmente entendidas como fait-divers ou notícias de entretenimento, que não necessitam de difusão imediata (Sousa, 2002: 26);
- hot news – notícias quentes, imediatas;
- breakingnews - hard news que acabaram de acontecer, são “o verdadeiro motor de atenção dos espaços noticiosos virtuais”, na definição de Wiñazki (2004: 28), que as vê num “formato minimalista e veloz”;
- spot news (notícias que dizem respeito a acontecimentos imprevistos) e de running news (notícias em desenvolvimento, que vão se desdobrando ao longo do tempo) (Sousa, 2002:26) e
- notícias em série, um mesmo assunto que comporta textos em sequência (JORGE, 2007, p.25).

Convém citar, mais uma vez a autora, que esclarece tratar a notícia sob três acepções: “a) construção de realidade; b) produto de uma disciplina e de rotinas específicas; e c) forma acabada de apresentação de ocorrências” (JORGE, 2007, p. 69) e apresenta uma série de definições de notícia:

Podemos começar por agrupar os conceitos sob o ponto de vista do interesse. Pertencem a esse grupo, dando ênfase à recepção, ou seja, ao público consumidor – os newsconsumers, na perspectiva do agenda-setting – os seguintes conceitos: “Notícia é tudo o que o público necessita saber, tudo o que público deseja falar” (Revista Collier’sWeekly, apud Amaral, 1982: 39); “É uma compilação de fatos e eventos de interesse ou importância para os leitores do jornal que a publica” (MacNeil, apud Amaral, 1982: 39 e 60); “Uma informação corrente posta ao alcance do público”; “Um fato ou uma idéia que interessa a grande número de leitores (Charnley, apud Vizuete e Marcet: 55; Spencer, idem, ibidem) Num segundo grupo poderíamos colocar as definições cuja preocupação está em equiparar a notícia ao significado presente nos dicionários, ou seja, a novidade. O pensamento de Turner Catledge e de David Randall é semelhante: “É algo que não se sabia ontem” (Catledge, apud Amaral, 1982: 26); “É uma informação nova e insólita sobre um assunto de interesse geral, de que não se tinha conhecimento até então” (Randall, 1999: 26). Meserani e Di Giorgi (1975: 35) ressaltam a distinção entre fatos e opinião: “É um texto que informa o que está acontecendo, de modo claro, geralmente breve, com a preocupação de dizer a verdade. Nela o autor registra os fatos, tentando evitar suas opiniões ou interpretações, evitando tomar parte”. Martín Vivaldi (In: (Martinez Albertos: 287) analisa a notícia, “do ponto de vista da redação” como um “gênero jornalístico por excelência que dá conta, de modo sucinto mas completo, de um fato atual ou atualizado, digno de ser conhecido e divulgado, e de inegável repercussão humana” Um terceiro grupo seria composto pelas acepções que procuram ser mais abrangentes, reunindo os fatores interesse, importância e atualidade: “É a informação atual, verdadeira, carregada de interesse humano e capaz de despertar a atenção e a curiosidade de grande número de pessoas” (Amaral, 1982: 60); [Notícia significa] “utilidade e valor para o receptor; ser nova, quer dizer, recém-transmitida, e ser comunicada através de um terceiro e, por conseguinte, exposta à influência subjetiva deste.

O jornalismo factual, aquele baseado em fatos, não em argumentos ou opiniões, consolidou-se ao longo dos últimos quatro séculos como um dos principais gêneros

jornalísticos e fundamentou a própria construção do conceito de notícias bem como dos critérios de noticiabilidade.

1.2 Temporalidades no jornalismo factual

Um dos aspectos mais marcantes da notícia é sua temporalidade breve, referida a situações do tempo presente cujo texto noticioso parece estar intensivamente vinculado. A questão da temporalidade no jornalismo factual vem sendo trabalhada, direta ou indiretamente, por autores, como Palacios (2010), Paulino (2012) e Pellanda (2012), que irão apontar aspectos ligados às tecnologias digitais e como elas alteram experiências temporais da notícia. O primeiro autor associando jornalismo e memória (tempo), o segundo e o terceiro no que se refere a utilização dos dispositivos móveis como suporte para o jornalismo digital, buscando, a partir de tais teóricos, discutir as formas tradicionais do jornalismo nas novas mídias digitais.

Palacios (2010) argumenta que, se antes, a duração era o que mais importava, na atualidade a velocidade é o que se tornou mais importante. No que tange ao jornalismo, a velocidade, e a instantaneidade, assumiram um papel quase determinante. O autor destaca, ainda, que a duração, gerada pelas formas de escrita, conferiu à memória um aspecto artificial, pois não se resumia ao que éramos capazes de lembrar, havia outros arquivos para consultar, destacando, que:

[...] a memória é, por natureza, múltipla, coletiva, plural e individualizada, tantos passados relatados haverá quantos forem os relatos registrados: convergentes, conflitantes, contraditórios, a despeito de toda e qualquer pretensão de objetivismo e imparcialidade das deontologias jornalísticas vigentes (PALACIOS, 2010, P. 41).

Estabelece-se, dessa forma, um novo campo de estudos sobre a memória, atravessada por uma série de novos recursos que esvaziam alguns de seus sentidos, fato que se desdobra nas práticas jornalísticas, anteriormente amparadas no tradicional conceito de memória como conjunto de registros.

Em contraponto a um tempo intrínseco ao jornalismo factual tradicional, instala-se um tempo imediato, consumido rapidamente e com uma duração, por vezes, passageira, em que as informações seguem em fluxo contínuo, estabelecendo o que se tem chamado de “tempo real” (PALÁCIOS, 2010). O jornalismo vai se tornando cada vez mais articulado a essas novas temporalidades, em função das demandas por maior velocidade, instantaneidade e imediatismo.

Dalmonde e Silva (2016) chamam a atenção para o fato de que a dimensão temporal é importante para a narrativa jornalística, em especial numa época em que a convergência midiática apresenta os mais diversos suportes para a distribuição da notícia:

A dimensão temporal cumpre papel determinante para o estabelecimento do plano de qualquer narrativa (RICOEUR, 1994; FIORIN, 2002), para que seja possível apresentar o encadeamento lógico das ações. Da mesma forma, para que se entenda o plano dos relatos jornalísticos, há que se compreender a organização discursiva como articuladora de temporalidades, incluindo-se o ontem, o hoje e o amanhã como dimensões necessárias à formação daquilo que se chama acontecimento. A ambiguidade da narrativa jornalística no que tange ao tempo, ou melhor, à temporalidade do presente, pode ser observada pela opção de uso do tempo verbal do presente do indicativo, independentemente de o fato estar em processo ou de já ter ocorrido, o que justificaria o emprego do passado simples (p. 9).

A este respeito, vale retomar Pellanda (2012), quando ressalta que ao tratar de dispositivos móveis, não estamos restritos “[...] ao lugar (espaço), mas também a quantidade (tempo) de exposição à conexão na qual indivíduos passam a estar inseridos” (p.3). O suporte, como mostra o autor também contribui para a alteração da temporalidade no jornalismo factual, permitindo que ele progressivamente vá assumindo uma nova temporalidade.

Sob a ótica de Paulino (2012), os *tablets*, suporte que por sua proximidade com o jornal teria alavancado o jornalismo *online* (PELLANDA, 2012) são: “[...] equipamentos que concentram possibilidades de mesclar os recursos de visualização de mídia impressa com o lado interativo da mídia *online*” (p. 92), o que permite, considerando o objeto de estudo desta pesquisa, formatar a notícia de modo a atender a tais especificidades, contemplando características transmidiáticas.

Ao discutirem a temporalidade em produtos de mídia de fluxo contínuo, Renault e Cataldo (2015) argumentam que:

As coberturas em tempo real, em que se destaca o recurso à edição de títulos em sequência, sem textos correspondentes e imediatos, quebram o perfil da pirâmide invertida e do ide ao adotar uma linha cronológica no acompanhamento simultâneo dos eventos. Mesmo que não se considere o noticiário factual um espelho da realidade, e sim comprometido também com uma carga de interpretação e enquadramento, a cobertura ultrafragmentada e acelerada implica uma redução de significatividade pela própria exiguidade do tempo em que se produz. Os textos de interpretação e opinião asseguram o resgate do formato histórico do jornalismo para dotar de sentido os acontecimentos, reforçando também o protagonismo dos profissionais no papel de intérpretes da realidade (p. 27).

Embora a temporalidade seja um fator constitutivo da compreensão do jornalismo desde o seu início, é perceptível que, com os ambientes de redes digitais e as tecnologias digitais da informação e da comunicação, as experiências jornalísticas expressem de forma peculiar aspectos temporais seja nas chamadas mídias tradicionais (meios de comunicação consolidados em um reconhecimento público e uma lógica organizacional e produtiva anterior à internet), seja nas novas mídias desenvolvidas aplicando as potencialidades das redes digitais. Portanto, pensar a temporalidade no jornalismo factual deve considerar esses dois momentos diferenciados.

1.1.1 Formas temporais do jornalismo factual tradicional

A temporalidade é um dos eixos estruturantes do jornalismo e é considerada ainda mais importante para o jornalismo factual tradicional, que se amarra à questão do fato ocorrido, da veracidade do acontecimento e não dispõe do tempo de averiguação e análise do jornalismo opinativo.

Segundo Antunes (2007), o tempo é uma questão central na notícia, mas a temporalidade pode ser mais complexa, na medida em que muitas vezes se acredita haver uma temporalidade jornalística sincrônica à temporalidade social, o que, para o autor, seria um mito. Outro aspecto trabalhado pelo autor é a questão da dupla temporalidade inerente à prática jornalística, que apresenta a dualidade entrelatência e atualidade.

O autor critica o mau uso das expressões “tempo” e “temporalidade” que integram inclusive manuais de autoajuda, em nada contribuindo para o debate acerca de sua importância no campo do jornalismo, preferindo, com base em revisões já realizadas por vários autores, pensar da seguinte forma:

Em geral, três grandes modalidades de representação do tempo têm operado na história da humanidade:

- a) os sistemas religiosos e míticos, baseados na ideia de origem, no problema da finitude e na articulação, por meio de ritos e mitos, entre o tempo vivido e um tempo absoluto;
- b) a própria invenção da ideia de História, que busca apreender o movimento da sociedade por meio de uma racionalização do tempo, pela construção da ideia de gerações no tempo e pela produção de uma leitura e significação do passado por meio de seus vestígios; e
- c) aquilo que normalmente nomeamos de ficção, que produz uma imagem do tempo vivido em geral em contraposição ao conhecimento histórico e sua postulação de linearidade e sequência (ANTUNES, 2007, p.1).

Com base nessa discussão acerca da representação do tempo, aponta vertentes que pretendem classificar o tempo midiático como uma nova representação, mas, cuidadosamente, Antunes (2007), traça como objetivo analisar o que chama de “presentismo”, inserindo o jornalismo no “tempo presente”. Assim:

[...] o “presentismo” aparece como uma constatação de que a perspectiva temporal que alicerçou a forma como na vida moderna percebemos o mundo – não apenas de maneira individual, mas fundamentalmente em termos sociais – baseada em uma ideia de passado, presente e futuro, de um ontem, de um hoje e de um amanhã, se manifesta em certa crise. A própria ideia de que a sociedade contemporânea é definida pelo “risco”, conforme formulação do sociólogo Ulrich Beck, está assentada nessa noção quando uma ideia de futuro toma o lugar do passado na determinação causal do tempo presente, quando há uma dominância do futuro na perspectiva histórica. Não se trataria de um mero estado da incerteza sobre os destinos do mundo – traço que caracteriza a história da humanidade, mas de uma noção historicamente fundamentada que indica a maneira como isto é agora compreendido ou explicado (p. 3).

Dias (2011), por sua vez, indica que a temporalidade midiática inscreve incessantemente um presente a partir de uma atualidade que lhe é sempre nova, que, de certa forma, reatualiza o passado, dificultando separar o acontecimento histórico do jornalístico.

O autor destaca o papel do jornalista como agente ativo na construção do acontecimento, o que, por sua vez, afeta a própria noção de temporalidade e cita Sodré (2009):

Já para Muniz Sodré (2009), o jornalismo mobiliza diferentes tipos de discursos, mas este, em essencial, se apoia na notícia que se configura como um procedimento que preside e estrutura a construção do acontecimento. Acontecimento que, para ele, está intimamente ligado à questão do tempo, como algo irredutível à lógica da história. Sodré coloca uma distinção entre fato e acontecimento, demonstrando assim como o discurso constrói narrativamente as mutações no fluxo do cotidiano. Para ele, a notícia, enquanto produtora de um acontecimento (que parte do fato) é um relato de algo que “foi” ou “será” inscrito (DIAS, 2011, p. 174).

De modo mais direto, “A notícia, entendida então neste fluxo entre o fato e o acontecimento se constituiria como um relato de um acontecimento factual e que, portanto, estaria inscrito em uma realidade histórica particular” (DIAS, 2011, p. 175) e esse contexto seria o aplicado no jornalismo factual, sob a ótica da temporalidade.

Assim, aspectos como novidade, periodicidade e instantaneidade (o “aqui e agora”) agregaram-se fortemente ao jornalismo desde os seus primórdios. São essas

referências temporais que auxiliam a configurar e mesmo a definir o que é notícia, como ela deve ser produzida e qual sua participação no “tempo dos leitores” (GOMIS, 1991), ou seja, na vida cotidiana e na vida no espaço público.

Em sua pesquisa na área de teoria do jornalismo, o autor, discute como se forma o presente, parte do princípio de que os meios formam a cada dia o presente social de referência: “Ao longo do dia o ser humano se concentra e tenta buscar contato e quem sabe comunhão, com a realidade” (GOMIS, 1999, p. 13). Esse momento que pode ser chamado de oração no âmbito da religião tem seu correspondente social, segundo o autor, na informação. Tal momento se dividia entre a leitura matutina do jornal, a audiência de noticiosos através do rádio e da televisão, construindo o tempo social dos meios que terminavam por construir a ideia de presente (GOMIS, 1999). Mas, com a internet esse tempo social é modificado, abrindo a possibilidade de múltiplos tempos, múltiplas temporalidades.

Para Franciscato (2018b) “[...] os termos ‘temporalidade’ e ‘mediação’ ganham um esforço de problematização de seus sentidos possíveis dentro do campo comunicacional”, passando a gerar desdobramentos no ambiente jornalístico. Assim, formas tradicionais inerentes ao jornalismo tradicional, tais como: instantaneidade, simultaneidade, periodicidade, novidade e no universo digital. Ainda, para o autor, “A delimitação do tempo presente como um demarcador da experiência jornalística é, assim, inquirida a partir de novas promessas de temporalidades múltiplas surgidas para estes ambientes digitais” (FRANCISCATO, 2018b, p.3).

O autor destaca que a mediação social, a mediação tecnológica e outras instancias da contemporaneidade implicam no presente contexto de produção jornalística, promovendo um tipo de atualização que leva à construção de temporalidades múltiplas.

A temporalidade jornalística tem levado, historicamente, a uma tendência à fragmentação das narrativas jornalísticas devido à predominância do foco sobre o tempo presente como modo de dar sentido e de narrar as histórias jornalísticas.

Este aspecto, aqui apresentado, apenas pontua o desenvolvimento que se pretende dar ao tema durante a dissertação. O principal objetivo deste tópico foi apontar como a construção de um “tempo social” têm efeito sobre a configuração do jornalismo ao valorizar a noção de “tempo presente” e, ainda, terminam por fundamentar a noção de “tempo real”, como será discutido a seguir.

1.1.2A temporalidade jornalística nas formas e conteúdos das mídias digitais

Desde já, cabe destacar, com Palacios (2010), que, a digitalização e os processos de convergência resultaram em significativas consequências para a estruturação do jornalismo digital:

Assim sendo, efeitos da digitalização da informação, da multiplicação e sofisticação das bases de dados, no que diz respeito à memória, fazem-se sentir: a. Nas rotinas produtivas das redações jornalísticas, com a crescente facilidade de consultas e apropriação de informações em bases de dados internas e externas ao veículo, alargando as oportunidades de incorporação de informação memorialística como elemento de criação de contexto e aprofundamento à cobertura jornalística; b. Nos modelos de negócio, com possíveis incorporações de elementos de memória como parte do negócio estabelecido para os jornais *online*, não apenas através dos modelos mais simples (e talvez já superados) de acesso seletivo e pago à informação de arquivo, mas principalmente com a criação de novos produtos com repercussões positivas no plano da atração e fidelização de audiências; c. na produção de formas narrativas diferenciadas, com distintos modos de incorporação de memória (background, contexto, contraposição etc.), em seus diferentes formatos (áudio, vídeo, fotos, textos, fac-símiles etc.); d. nas formas de interação com o usuário, que passa a dispor de recursos para investigar, no próprio *site* do jornal, aspectos históricos/memorialísticos em torno do material de atualidade que lhe é oferecido (p.97).

Neste cenário de convergência, produtos jornalísticos tradicionais, como a notícia, ou mesmo compreensões mais sofisticadas desta, como as noções de acontecimento, são reconfigurados por novas lógicas sociais. Conforme Dias (2011), a noção de acontecimento no jornalismo tem raízes em olhares mais ampliados sobre os fenômenos sociais:

A discussão sobre o acontecimento é bastante complexa se tomarmos em conta as análises referentes à disciplina histórica. Ora abandonada por uma história de “longa duração”, quase imóvel, proposta pela primeira geração da Escola dos Annales francesa, a história “factual” e dos “acontecimentos” fez-se novamente emergir com a constituição da sociedade de massas e os meios de comunicação (p. 172).

A história recupera a discussão acerca do conceito de “acontecimento” e, por conseguinte a do conceito de jornalismo factual. Santos (2008) considera o factual como o objeto dinâmico gerador da notícia, “[...]um estímulo exterior que se impõe ao jornalista) deve ser recuperado na leitura da notícia de modo lógico-racional, como sendo o mais próximo possível da realidade factual” (p. 3).

O autor, retomando a teoria de pragmatista de Peirce, ressalta:

O princípio básico é que todo signo novo (a notícia, em nosso caso) vem de um signo anterior em continuísmo (o factual que a gerou). Sem sombras de dúvidas, o fato que gerou uma notícia atual não deixou, também, de ter um antes que o gerou, e que, de certo modo, projetou-se para o futuro, teleologicamente pensando. Assim, o continuísmo é uma lei natural das mentes em interação. Só uma mente pode agir sobre outra, segundo Peirce. Não podemos confundir o conceito peirceano de mente com a ideia de inteligência ou cérebro. Para ele, mente é ação, é afetabilidade (SANTOS, 2008, p. 3).

Embora não seja objetivo desta pesquisa discutir o jornalismo factual neste âmbito, é importante pensar que a notícia, para o jornalismo factual, deriva do fato que a gerou, estabelecendo uma ligação temporal – fato/notícia, neste caso, primeiro o fato e depois a notícia, sob a máxima: *“get it first, but first get it right”*, como relembra Moretzsohn (2000).

Com o conceito de “tempo real”, tão utilizado na contemporaneidade, parece que o fato e a notícia do fato devem acontecer no menor intervalo de tempo, em particular na produção jornalística

A noção de “tempo real”, que se generalizou de forma imprecisa e comporta definições destoantes, está inserida no ambiente comunicacional em que as informações se sucedem de forma fragmentada e efêmera. Na busca do espaço que lhes garanta a produção de sentidos que caracteriza o percurso histórico da profissão, os jornalistas são instados a redefinir papéis e valores culturais, em meio a um processo de mudanças estruturais na mídia (RENAULT E CATALDO, 2015, p.18).

Brandão (1999), afirma que “tempo real significa” “[...] informação sendo transmitida enquanto está acontecendo o fato, transmissão simultânea ao acontecimento” (p. 136). Franciscato (2005), por sua vez, ressalta que a expressão “tempo real” constituiu-se como um sentido de senso comum “[...] para designar um agregado de práticas e saberes que giram em torno do uso da tecnologia com vistas à instantaneidade e à simultaneidade em áreas diversificadas” (p. 236).

Assim, jornalismo factual para as mídias tradicionais seria aquele que busca a apuração detalhada do fato para que seja noticiada na edição do dia seguinte, criando o conceito de jornalismo diário. No caso das mídias digitais, o jornalismo factual apresenta temporalidades múltiplas (FRANCISCATO, 2018 a e 2018b), e não se aplica mais o conceito de jornalismo diário, uma vez que a instantaneidade passa a ser a regra e o termo utilizado passa a ser jornalismo em tempo real.

O “tempo real” está ligado à velocidade com que a notícia é publicada, tanto que Moretzsohn (2000) fala em “fetiche da velocidade”:

A “aceleração do tempo” concorda com a própria lógica do capitalismo, que afirma: “tempo é dinheiro”. Essa premissa se estende a todos os aspectos da vida social em um processo que tende a lhes tirar o sentido histórico. Com a imprensa não é diferente, o conceito de “compressão do espaço-temporal” toma conta das redações, trazendo uma nova concepção de informação e jornalismo, que supervaloriza a velocidade (p. 36).

O jornalismo de atualização contínua só existe em função da velocidade de distribuição da notícia e, segundo Mielznuck (2003), o jornalismo de atualização contínua faz com que o conceito de periodicidade deixe de fazer sentido.

Para a autora:

A tecnologia digital, somada às tecnologias das redes telemáticas, proporciona rapidez na atualização das informações, que, por sua vez, também são recebidas em tempo real pelos usuários. As seções chamadas ‘últimas notícias’ ou ‘break news’ são decorrentes da exploração dessa possibilidade (MIELZNUK, 2003, p. 58).

A noção de jornalismo factual encontra, nesse ambiente contemporâneo das mídias digitais, possibilidades de revisão e reconfiguração, como o executado por Deuze em entrevista a Becker (2016) ao conceituar a ideia de “jornalismo de processo”:

O jornalismo de processo permite publicar pedaços de história à medida que a mesma se desenrola. Desse modo, você pode manter a história viva e dar a ela continuidade. Há novas formas de gerir as organizações de notícias. Você vê tendências de gestão introduzidas nas organizações jornalísticas que são comuns na indústria de *software* ou em *video games*, chamadas interativas ou de desenvolvimentos ágeis. O que isso significa é que, em vez de as organizações administrarem uma sala de imprensa, criam pequenas equipes de pessoas com diferentes especialidades para trabalharem com independência. Essas equipes são formadas, por exemplo, por um editor de infografia, um programador, um especialista em economia, em política, um escritor, um cinegrafista e um editor de som. Assim, uma equipe dessas pode produzir de forma interativa um jornalismo de múltiplas plataformas e pode, inclusive, ser autônoma. Estes são apenas alguns exemplos de atuais mudanças nas práticas jornalísticas, não apenas em pequenas organizações, mas em organizações como o *New York Times*, ou a *BBC* (DEUZE *apud* BECKER, 2016, p. 207).

O conceito de jornalismo de processo serve para caracterizar uma transformação na caracterização de notícia, que deixa de ser vista como um produto acabado e isolado em seu texto. Pelo contrário, a ideia de processo indica um fluxo de produção e leitura que se estende entre conteúdos e plataformas, que vai abrindo espaço para novos gêneros e formatos no jornalismo factual no ambiente digital, como pretendemos discutir a seguir.

1.3 Gêneros e formatos do jornalismo factual no ambiente digital

Acerca dos gêneros e formatos no jornalismo factual no ambiente digital, cabe começar pensando com Deuze, que:

Não há, por exemplo, limite para a quantidade de informação que você pode publicar. Na Internet você não precisa levar em conta que só tem 20 minutos para uma transmissão televisiva ou trinta páginas para uma publicação impressa. Você pode trabalhar as informações como quiser. Emergem novas formas de jornalismo: jornalismo de matérias longas, jornalismo multimídia, jornalismo transmídia e *cross-mídia* (Becker, 2016, p. 206).

Um dos pontos centrais dessa discussão é a própria mudança no conceito de notícia, que, como foi dito no tópico anterior, deixa de ser vista como um produto acabado para se transformar num conjunto de processos. Jorge (2007) estabelece dois momentos principais para a notícia: como construção (na ótica do *newsmaking*) e como mutação. Aqui vamos nos concentrar nesse primeiro aspecto, para mostrar como a notícia se constituiu no gênero principal do jornalismo factual.

A matéria prima para o estudo da notícia é composta pela análise dos fatos e de sua significação e esta relação foi vista de diferentes modos ao longo da história. Os estudos de jornalismo vêm tentando sistematizar uma compreensão sobre esse fenômeno jornalístico, a ponto de se falar em uma “teoria da notícia”. Traquina, como enfatiza Jorge (2016) coloca no centro a questão: “Por que as notícias são como são?”. A teoria dos *newsmaking*, ao tratar da construção da notícia, ressalta que a um elo entre quem faz a notícia, o modo como é feita e os estudos a longo prazo sobre seus efeitos (JORGE, 2007, p. 43).

A notícia, portanto, construída por um profissional, *newsmaker*, transformou-se no gênero principal do jornalismo factual, ou seja, o produto central a ser desenvolvido. Com as mídias digitais, a notícia continua sendo o gênero principal, mas vai sofrendo mudanças, ou mutações como prefere Jorge (2016), uma vez que tais mídias estão recombinaando esses modelos de notícia por meio da inserção de novas funcionalidades do ambiente digital que diversificam ou ampliam o potencial informativo ou narrativo da notícia.

A autora entende que as notícias podem ser classificadas pela sua forma de apresentação, pelo conteúdo ou pela estrutura e, podem ainda assumir papéis de produto, unidade discursiva, comunicação e informação ou simplesmente relato publicado, destacando que “[...] os conceitos correntes costumam definir a notícia sob

três pontos de vista: interesse, atualidade e verdade, o primeiro enfatizando a recepção, o segundo a novidade e o terceiro a ausência de opiniões” (JORGE, 2007, p.2).

Com as novas tecnologias o conceito de notícia vai sendo revisto, em especial com os dispositivos móveis, que, além de outras temporalidades e narrativas, conferem à notícia outra mobilidade (CANAVILHAS, 2013b). Ao estudar a estrutura da notícia para a *web*, Conde (2013) passa a tratar a notícia como uma estrutura, formada por um conjunto de ligações, os *hiperlinks*, permitindo uma leitura multilinear. Aspectos da realidade priorizados pelo valor-notícia e pelos critérios de noticiabilidade que no jornalismo factual tradicional seriam construídos através de um produto, agora transformam-se em uma estrutura, o próprio hipertexto da *web*, como esclarece Conde (2013, p. 115):

O desenvolvimento tecnológico tem instigado a formulação de novas questões acerca da produção e do consumo do conteúdo jornalístico, bem como das rotinas produtivas e práticas acadêmicas, visto que o advento de novos dispositivos altera a forma de disponibilização dos conteúdos ao apresentar novas interfaces para a produção e distribuição da notícia. Mesmo em relação à *web*, o jornalismo tem passado por modificações constantes e os webjornais ainda encontram-se imersos em um cenário indefinido quanto à configuração do produto noticioso numa relação que perpassa aspectos tecnológicos e a prática jornalística em si.

Ou seja, dois movimentos simultâneos vão acontecendo no jornalismo factual: de um lado, uma hiper instantaneidade, com alta fragmentação dos relatos para relatar e publicar, às vezes, cada aspecto de um fato em desenvolvimento; de outro lado, um esforço de edição que visa a agregar contextualização à notícia por meio de *hiperlinks* que remetem a outras dimensões (camadas) da abordagem informativa, inclusive, em vários casos, com o uso de outros fatos anteriores com o objetivo de gerar uma memória que auxilie na sua contextualização.

Dessa forma, o modelo tradicional de “jornalismo factual” é também alterado pelas características dos ambientes digitais e abrir potencialidades de contextualização, as quais podem ser enquadradas nas características de narrativas transmídias.

1.4 Temporalidade, notícia e narrativas transmídia

No próximo capítulo dessa dissertação, iremos explorar em detalhes o conceito de narrativa transmídia e considerar sua aplicações ao jornalismo. Neste momento, queremos indicar como a noção de temporalidade tem relação próxima com essas transformações na estrutura, ambientes, linguagens e conteúdo jornalístico oriundos de

um processo de convergência de mídias, em particular da atividade jornalísticas direcionada para o factual.

A relação entre temporalidade e narrativa transmídia no jornalismo encontra-se fundamentada em Motta (2002), Primo (2008), Jenkins (2009, 2011), Canavilhas (2013, 2014), mais focados na questão da narrativa transmídia, e em Fidalgo (2007), Mielznuck (2003), mais próximo do jornalismo propriamente dito.

No caso da narrativa transmídia, a questão da temporalidade vai se tornando ainda mais central, uma vez que os conteúdos vão sendo distribuídos pelas plataformas em tempos e ritmos diferentes e o mesmo vale para o acesso do público a tais conteúdos. Ao pensar a narrativa transmídia e suas relações com a construção de temporalidades múltiplas é importante observar dois aspectos: o desenvolvimento tecnológico e as mudanças no jornalismo.

Um primeiro passo nessa discussão trata da conceituação da narrativa fática:

As narrativas midiáticas podem ser tanto fáticas (as notícias, reportagens, documentários, transmissões ao vivo, etc.) quanto fictícias (as telenovelas, videoclipes musicais, filmes, histórias em quadrinho, alguns comerciais da TV, etc.). Produtos veiculados pela mídia exploram narrativas fáticas, imaginárias ou híbridas procurando ganhar a adesão do leitor, ouvinte ou telespectador, envolve-lo e provocar certos efeitos de sentido. Exploram o fático para causar o efeito de real (a objetividade) e o fictício para causar efeitos emocionais (subjetividades). Jornalistas, produtores e diretores de TV e cinema, roteiristas e publicitários sabem que os homens e mulheres vivem narrativamente o seu mundo, constroem temporalmente suas experiências. Por isso, exploram com astúcia e profissionalismo o discurso narrativo para causar efeitos de sentido (MOTTA, 2002, p. 3).

O que se pretende aqui discutir é justamente a relação da evolução tecnológica com o surgimento de novas formas narrativas, gerando um jornalismo marcado por múltiplas temporalidades. As narrativas midiáticas constroem discursos e tais discursos ajudam a organizar a nossa realidade, influenciando inclusive o modo como lidamos com o tempo (MOTTA, 2002). As novas tecnologias fortaleceram a necessidade de informação constantes e instantânea, a notícia 24/7 (24 horas por dia, sete dias por semana), ininterrupta e que seja entregue o mais rapidamente possível.

Esse novo contexto, fortemente sustentado pela comunicação mediada, que, no entender de Primo (2008), favorece também a interatividade:

A tão conhecida fórmula: emissor → mensagem → meio → receptor acaba sendo atualizada no seguinte modelo: webdesigner → site → Internet → usuário. [...] Os termos são outros, foram “modernizados”, mas trata-se da mesma e caduca epistemologia. A diferença é que se destaca que não apenas se recebe o que o polo emissor transmite, mas também se pode buscar a

informação que se quer. O novo modelo, então, seria: →webdesigner→ site
→Internet← usuário. Essa seria a fórmula da chamada “interatividade”
(p.11).

A partir das noções tradicionais de temporalidade jornalística (abordadas no item anterior), novas formas jornalísticas, conduzidas pelas transformações estruturais das tecnologias digitais da informação e da comunicação, têm possibilitado uma alteração nas experiências e recortes temporais que o jornalismo tradicionalmente estabeleceu, tais como a periodicidade no jornalismo diário e a noção de novidade/atualidade relação ao intervalo de um dia.

Esse horizonte conduz à discussão do conceito de narrativa transmídia no campo do jornalismo. Canavilhas (2013), a esse respeito, parte da criação de um novo ecossistema midiático, cuja origem data da década de 1960, e se construiria sobre fatores intermediáticos (meios e suas relações), fatores tecnoambientais (interfaces/usabilidade e ação do consumidor no sistema) e fatores contextuais (ambiente de recepção/interpretação da mensagem).

Para o autor, o conceito de transmídia aplicado ao jornalismo parte do conceito de Jenkins (2009), inicialmente voltado para a ficção, para quem “[...]uma história que se desenrola através de múltiplos canais de mídia, cada um deles contribuindo de forma distinta para a compreensão do universo narrativo” (p. 334) e se desdobra num conceito específico para o jornalismo, a exemplo do que foi formulado por Porto e Flores (2012): “[...]uma forma de linguagem jornalística que contempla, ao mesmo tempo, meios diferentes, com várias linguagens e narrativas a partir de numerosos meios e para uma infinidade de usuários” (PORTO & FLORES (2012, p.82) *apud* CANAVILHAS, 2014, p. 58)².

Canavilhas (2013) cita o trabalho de Malloney (2011) que, a partir dos estudos de Jenkins (2009), propõe que os estudos sobre a narrativa transmídia no jornalismo considerem que o conteúdo deve ser:

1) Distribuível (Spreadable). O conteúdo deve incluir características e sistemas que permitam a sua partilha de forma viral. 2) Explorável (Drillable). Os conteúdos devem estar unidos por uma rede de ligações que ofereçam vários percursos e níveis de leitura: 3) Ininterrupto (Continuous and Serial). A realidade é contínua, por isso as notícias também o são, o que contraria uma das marcas do jornalismo nos meios tradicionais: a periodicidade. O acompanhamento de um acontecimento deve ser contínuo e deve procurar

² No original: “Una forma de lenguaje periodístico que contempla, al mismo tiempo, distintos medios, con varios lenguajes y narrativas a partir de numerosos medios y para una infinidad de usuarios” (PORTO E FLORES, p. 82).

explorar as características das diferentes plataformas envolvidas. 4) Diversidade de pontos de vista pessoais (Diverse and Personal in Viewpoint). Os comentários, opiniões e sugestões dos leitores devem poder ser integrados no trabalho jornalístico. 5) Imersivo (Immersive). O envolvimento dos leitores é importante, por isso devem ser usadas narrativas e formatos que estimulem a ligação entre leitor e conteúdos: um exemplo são os newsgames. 6) Imperecível (Extractable). Os trabalhos devem estar produzidos de forma a que o leitor os possa usar futuramente. Conteúdos imersivos ou newsgames podem prolongar a vida da notícia e manter a ligação dos leitores ao assunto. 7) Construído em mundos reais (Built in Real Worlds) (MOLLONEY, 2011, apud CANAVILHAS, 2013, p. 58).

Após discutir o modelo de Molloney (2011), Canavilhas (2013, p. 59) busca superá-lo, apresentando as seguintes características no jornalismo transmídia: 1) Interatividade, 2) Hipertextualidade; 3) Multimedialidade integrada, 4) Contextualização. O autor, ainda, indica que o jornalismo transmídia não se aplica a todo gênero jornalístico, e que o fator “tempo” será decisivo para a sua aplicabilidade:

É esta vertente “tempo” que possibilita a “transmedialização” do conteúdo, tanto na parte que concerne à produção, como na que se refere à vertente da maturação no ecossistema: é o tempo que permite a ocorrência dos processos de “remediation”, “intermedia coevolution” ou “mediamorphose” referidos nos fatores intermediáticos, permitindo a adaptação dos conteúdos às diversas plataformas. É ainda o tempo que faculta o grau de interatividade profunda referido nos fatores tecnoambientais e que é fundamental para tornar os conteúdos virais e acrescentar informações que possam enriquecer a própria história relatada. Por fim, os fatores contextuais estão também relacionados com a vertente tempo, que aqui se cruza igualmente com a vertente “espaço”, neste caso o espaço de consumo profundamente alterado com a crescente mobilidade permitida pelas redes wi-fi e pelos dispositivos móveis, como os smartphones e tablets (CANAVILHAS, 2014, p. 61).

Se a narrativa transmídia no jornalismo é marcada pela categoria temporal é a instantaneidade o aspecto que cresce exponencialmente com as mídias digitais interativas, superando modelos clássicos de temporalidade como a periodicidade (por exemplo, o “jornalismo diário” que ainda demarca uma ideia de produto jornalístico é oriundo de um ciclo de periodicidade diária tanto nos jornais impressos como nas emissoras tradicionais de rádio e televisão), agora superado pela demanda de jornalismo de ação contínua, ou seja, em constante atualização.

Como ressalta Gradim (2007), a internet produz impactos no relato de fatos, no jornalismo factual, ou seja,

[...] já praticamente não deve existir peça jornalística, independentemente do médium onde é divulgada, que não recorra à investigação assistida por computador, seja na procura de informação de background, de contactos telefónicos ou e-mails, de informações em sites oficiais; até actividades de pesquisa mais sofisticadas como a participação em fóruns de determinada especialidade, a análise de dados estatísticos através de folhas de cálculo, ou mesmo a mineração de informação em bases de dados (p. 87).

Os recursos citados pela autora ajudam a compreender como as novas tecnologias reconfiguram o jornalismo e faz surgir novas temporalidades impulsionadas pela instantaneidade. Em tal contexto, as formas de produção de notícias também se modificam:

Consoante a importância dada ao acontecimento, as notícias aumentam número e detalhe, dando uma visão mais em pormenor do que se passou. Ao princípio, a informação é dada em traços gerais, consistindo preferencialmente na resposta sumária às perguntas que tradicionalmente enformam um lead quem, o quê, quando, onde, porquê. Depois vêm as notícias subsequentes completando e pormenorizando a informação. De certo modo, poder-se-ia entender essa sucessão de notícias como uma extensão da noção de pirâmide invertida, usada na feitura de uma notícia, a um conjunto de notícias sobre o mesmo evento. Contudo, há uma ressalva importante a fazer: o contínuo da informação online impede frequentemente que se respeite a figura de pirâmide. Com efeito, para que se possa fazer a notícia pelo modelo da pirâmide invertida há que o fazer num momento discreto da informação, ou seja, há que, no fluxo contínuo de notícias, esperar a chegada de informação suficiente para, num determinado momento, responder às questões essenciais próprias do lead. Porém, no online, tal como ocorre na rádio e na televisão, as primeiras notícias, ou as notícias de última hora, são dadas de forma extremamente lacunar, deficiente mesmo, que só as notícias posteriores vêm não só completar, mas também modificar e corrigir. A urgência da imediatidade sobrepõe-se às exigências da objectividade e da verificabilidade. Nestes casos, não tem sentido falar de pirâmide invertida (FIDALGO, 2007, p. 101-102).

Depreende-se do exposto que no webjornalismo a instantaneidade coloca em xeque noções clássicas do jornalismo factual tradicional, como a pirâmide invertida e a periodicidade.

Para Mielznuck (2003) a narrativa hipertextual aplicada ao webjornalismo significa que “[...] a cada instante, é possível acrescentar ao conjunto novas células informativas, fazendo referência a esta capacidade que o hipertexto apresenta de estar em constante crescimento a partir de informações/células que vão sendo ‘acopladas’” (p. 166), o que altera a noção de temporalidade, posto que no jornalismo factual tradicional havia a temporalidade da edição diária, o que em geral não se aplica quando o suporte é a internet.

Assim, no ambiente das tecnologias digitais da informação, a instantaneidade se torna a grande referência temporal, e a noção de atualização contínua o motor da produção jornalística. Assim, a periodicidade se dissolve em algumas modalidades de jornalismo em plataformas digitais, substituídas por uma produção “em tempo real”. Os objetivos dos novos formatos jornalísticos digitais que redefinem a cobertura factual

diária baseiam-se no conceito de instantaneidade da apuração e publicação e é isso que vai se tornar o sentido articulador da noção de jornalismo factual.

A instantaneidade torna-se um desafio para o jornalismo factual digital: é preciso equilibrar velocidade e profundidade (BRADSHAW, 2014), ou seja:

Na era da instantaneidade em rede, suposições sobre o que constitui “ser o primeiro” estão sob pressão. Na medida em que as empresas jornalísticas têm competido em termos de velocidade, estas elegeram as novas tecnologias como suporte para lhe darem vantagem, desde o uso do telégrafo para distribuição de notícias, passando pela editoração eletrônica (desktop publishing), até a adoção da tecnologia via satélite pelas emissoras (broadcasters). Caso o veículo (publisher) não conseguisse ser o primeiro a divulgar a estória, então teria de ser o primeiro a obter a primeira fotografia, a primeira entrevista, a primeira reação, ou o primeiro a fornecer a análise do fato (p. 112).

Essa pressão para publicar primeiro sempre esteve no dia-a-dia do jornalismo factual, mas, na internet, a velocidade amplia a demanda por instantaneidade, gerando novos conceitos, como o de jornalismo de atualização contínua, que concentra tanto a dimensão temporal do jornalismo, a indicação do formato e do conteúdo predominante quanto os modos de produção e publicação, baseados em um fluxo processual de emergência publicação de fatos jornalísticos.

CAPÍTULO 2 – NARRATIVAS TRANSMÍDIA NO JORNALISMO DIGITAL

2.1 Multiplataformas, convergência e transmidialidade: repercussões sobre o jornalismo digital

Desde 1960, a expressão “novos meios” tem sido usada no que tange a abrangência de um conjunto diversificado e de expansão de tecnologias de informação aplicadas. Os satélites, por exemplo, foram fundamentais para aprimorar a comunicação tendo os computadores como vetores de aproveitamento, do mesmo modo que o processo de digitalização foi capaz de alterar significativamente o papel da informação e da comunicação.

Na mesma frequência das tecnologias que tem como base o computador, a cada dia surgem inovações, fazendo com que os diversos aspectos da comunicação não sejam estanques, aumentando, por sua vez, o ato de transmissão –informação –, assim como armazenagem (base de dados). Mesmo que essa realidade seja acessível, para parte da população mundial, não podemos deixar de destacar que os índices de exclusão digital ainda são elevados e que grandes partes dos usuários de internet ainda se concentram mais no eixo do consumo do que no eixo da produção. Muito embora a sua arquitetura teoricamente descentralizada amplie os espaços de participação, não foi simples o seu reconhecimento como meio de comunicação: “O seu reconhecimento como meio foi adiado pelo fato de não ser possuída, controlada ou organizada por nenhuma estrutura, mas ser apenas uma rede de computadores internacionalmente interconectados operando de acordo com protocolos consensuais” (McQUAIL, 2003, p. 30).

Na contemporaneidade, a crescente convergência dos meios com base na digitalização reforça a tendência de reorganização dos espaços de comunicação, e, a exemplo disso, temos os jornais que estão cada vez mais optando por suas versões digitais, utilizando várias plataformas para distribuir conteúdo. As tecnologias da informação e da comunicação (TIC) têm como aspecto fundamental a digitalização, revolucionando praticamente todas as formas de conteúdo quanto a sua organização, distribuição, recepção e regulação. Para McQuail (2003), em sua gênese, a internet:

Transgride os limites dos jornais e dos modelos de rádio por: (1) permitir conversações múltiplas; (2) tornar possível a recepção, alteração e redistribuição simultânea de objetos culturais; (3) deslocar a ação de comunicação das fronteiras da nação para as relações dos territórios espaciais da modernidade; (4) providenciar contato global e instantâneo; e (5) inserir o

Os meios de comunicação de massa têm reorganizado o modo de produzir e disseminar informações, reinventando-os para dialogar com a nova tecnologia e continuar atraindo audiência. A maneira pela qual se produzia conteúdo não foi a única que sofreu modificações, o modo de consumir também – como o jornalismo produzido para a internet (*online*).

Na medida em que se ampliaram as oportunidades de diálogo entre o público, a internet modificou a lógica de um produzindo para muitos receptores. Ao contrário de como foi com outras mídias, a televisão, por exemplo, apenas seguiu o mesmo formato de sua percussora, como um rádio junto com imagens. O sistema televisivo teve que adaptar seu conteúdo para a *web* ou investir em conteúdos novos, na tentativa de manter/atrair uma nova audiência e tentar lidar com o que Jenkins chama de “[...] comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiência de entretenimento que desejam” (2009, p.27).

Nesse contexto, as indústrias jornalísticas veem-se obrigadas a criar novas estratégias, passando a focar no meio digital e deixando, paulatinamente, o impresso e aglutinando os formatos rádio e telejornalismo à Internet. O jornalismo feito no ambiente digital - onde o meio é a Internet - obedece às classificações de *webjornalismo*, jornalismo digital, ciberjornalismo, jornalismo eletrônico e jornalismo *online*. Mesmo com as diferentes nomenclaturas proposta por Mielniczuk (2003), ainda há uma dificuldade de se categorizar precisamente cada uma das práticas jornalísticas na internet.

Ainda segundo a autora, mesmo a disparidade da utilização dos termos por autores norte-americanos por preferirem a utilização do jornalismo digital e os de língua espanhola pela utilização pelo termo jornalismo eletrônico, os autores brasileiros utilizam com maior frequência os termos adotados pelos norte-americanos. Optou-se, neste trabalho, por utilizar o termo jornalismo digital, uma vez que o objeto de estudo, a construção da temporalidade na narrativa transmídia, destaca-se justamente por sua capacidade de transmissão/recepção de conteúdos por diferentes tipos de plataforma.

Consoante Canavilhas (2013), o termo jornalismo digital se classifica como o advento do jornalismo que é produzido para a *web*, corroborando com que Barboza

(2002) diz que os americanos conhecem como *shovelware*³, pois nessa fase o que se tinha era uma reprodução de forma total ou parcial do que era produzido para o impresso. Pode-se perceber, na questão do modelo adotado nesta etapa de copiar o impresso para o meio digital, tem a idéia de que o jornalismo digital partiu de um local conhecido para um desconhecido levando consigo as características do primeiro campo, porém não teve a percepção para o fator multimídia do segundo campo.

Canavilhas (2014) destaca que o jornalismo digital encontra na *web* o seu terreno mais fértil, permitindo a reunião de diversas mídias. Apesar disto, o webjornalismo ainda apresenta como conteúdo principal o texto, herança de sua origem literária e por, no início da *web*, a velocidade de conexão ainda ser muito baixa e não permitir a rapidez de acesso a outros meios (foto, vídeo, som, entre outros). Questões de ordem econômica, falta de profissionais especializados (programadores, por exemplo), rotinas operacionais, no entender de Canavilhas (2014), atrasaram a utilização mais ampla de sistemas hipertextuais e acabaram por consolidar modelos mais tradicionais de narrativa jornalística.

O tipo de jornalismo praticado no meio *online* teve uma representação muito importante no modelo de produção e disseminação de notícias. Os Estados Unidos despontaram como o país em que se deram as primeiras experiências desse tipo de jornalismo pelo jornal *The New York Times*, que desde a década de 1970, através da disponibilização de artigos e textos completos para assinantes através do computador, marcou o início do jornalismo *online*. Já nos anos 80, empresas como a *Time*, a *Times-Mirror* e a *Knight-Ridder* começaram a ter sistemas de videotexto. No entanto, em 1992, foi criado o primeiro *site* de notícias, o do jornal *Chicago Tribune*.

De acordo Machado e Palacios (1996), apenas 42 jornais eram digitais, em 1989, por isso, a chegada da *World Wide Web* (WWW), 1990, representou um momento decisivo para o impulso de publicações na Internet, de forma que, os jornais e revistas se adaptassem ao esteio digital. O hipertexto e os sistemas multimídia se tornaram como bases para o novo recurso, que deu a possibilidade que os usuários tivessem acesso a qualquer tipo de informação com o mouse ao toque de um clique, se tornando, por sua vez, mais fácil o acesso e muito mais dinâmico.

A história do jornalismo digital começa, em maio de 1993, quando o *The San Jose Mercury News* e o *Virginian Pilot* colocaram no ar sua versão *online*, sendo que o

³ Jargão de computação pejorativo que se refere a pacotes de *software* mais notáveis pela sua quantidade do que sua qualidade ou utilidade do que está incluído.

primeiro foi através da rede *American OnLine* (AOL). Em 1995, o jornal já cobrava pelo acesso ao conteúdo completo de sua versão *online*, o que gerou, a princípio, uma significativa queda no número de leitores (FRANÇA, 2015).

Até fevereiro de 1996, a indústria norte-americana de jornais tinha uma estimativa, mesmo que extraoficial, que o número de publicações no ambiente digital – de forma diária, semanal, mensal, jornalística, técnicas, humorísticas, literárias, etc. -, era de 3.850 em todo o mundo. Em relação a 1994, esses dados mostram que houve um aumento em 200%.

Em relação ao Brasil, o ano que se tornou marco do surgimento dos primeiros jornais *online* foi em 1995, sendo o *Jornal do Comércio de Recife* o primeiro a despontar como jornal brasileiro a se lançar em ambientes digitais, segundo o professor Elias Machado. Destarte para o *Jornal do Brasil* (JB), que é considerado o primeiro grande jornal impresso brasileiro a ser vinculado na plataforma *web*, em maio de 1995 (FRANÇA, 2007).

Com isso, grandes outros jornais criaram seus sites como *O Estado de S. Paulo*, *Folha de São Paulo*, *O Globo*, *O Estado de Minas*, *Zero Hora*, *Diário de Pernambuco* e *Diário do Nordeste*. Sendo que, com exceção do *JB Online*, nenhum desses jornais atuava com a logística em tempo real. Outros nem eram atualizados diariamente e sim de forma semanal, como o *Estado de Minas* e o *Zero Hora* (FRANÇA, 2007).

De acordo com a pesquisa de Moherdaui (2000), quando a *Folha de São Paulo* ganha sua versão para Internet, chamada de Folha Online, os conteúdos eram os resumos das reportagens do dia. A partir daí se percebe que há a necessidade de desenvolver uma linguagem de forma diferente de que já tinha, por isso que há o prevalecimento da ideia de transposição de notícias. O ambiente da Internet torna-se propício para novas práticas jornalísticas, em especial com as facilidades de acesso possibilitadas por ferramentas mais simples de manusear. Em conjunto com essa premissa, houve um crescente número de internautas brasileiros e com isso os veículos visando atender à necessidade desse público, começaram a criar conteúdo específico em suas publicações digitais – corroborando com a terceira fase do processo de transição dos conteúdos jornalísticos, onde a produção é especialmente para internet⁴. Todo esse processo é devido ao desenvolvimento tecnológico e ao acesso à internet, mesmo com a

⁴ Com indicam as pesquisas de Machado e Palacios (2003) e Mielniczuk (2003), embora os autores utilizem pequenas variações para caracterizar cada uma das etapas, que a primeira é o modelo transpositivo (transposição do impresso para o *online*); híbrido (parte do conteúdo transposta do impresso e parte especialmente para a Internet) e *online*.

difficuldade de acesso sendo grande em boa parte do mundo, mesmo que assim as tendências indiquem um crescimento rápido do número de usuários e das facilidades de acesso.

Dessa forma, há uma mudança na forma de atualização dos conteúdos pelos veículos, passando assim a ser mais de forma mais rápida e frequente. E assim, surge o que é chamado de *real time* – tempo real -, no jornalismo, onde as notícias são publicadas de minuto a minuto. A partir dessa premissa, estamos diante de uma rede que pode atender a certas necessidades da sociedade de emitir e obter informações das mais variadas esferas e interesses. Quando, por exemplo, examinamos o repasse de informações acerca do tempo, acidentes e desastres naturais conferimos ao *site* um caráter de utilidade pública, aproximando muitas vezes da ideia de RSS⁵.

Com isso, o usuário passa mais tempo navegando nos sites jornalísticos, vivenciando constantes atualizações de conteúdo. Podendo destacar, o jornalismo móvel, através de suportes como *smartphones* e *tablets*, onde é possível produzir conteúdo para os jornais a partir desses dispositivos tanto dentro de uma redação, quanto no local do acontecimento, ampliando a agilidade na cobertura dos acontecimentos/fatos de qualquer parte do mundo. Da mesma forma, o usuário munido desses suportes pode se conectar em qualquer lugar e passar a acompanhar o que está acontecendo ao seu redor. “A ligação com a mobilidade pode vir a alterar a relação do indivíduo com a notícia, na medida em que, por intermédio dos dispositivos móveis, o jornalismo passa a estar disponível a qualquer hora, em qualquer lugar” (ZAGO, 2008, p.6).

O *Universo OnLine* – UOL é considerado o primeiro jornal em tempo real no Brasil, surgindo em 1996. Consoante França (2007, p. 3) “[...] em sua primeira edição, o *Universo OnLine* não apresenta fotos, figuras, gráficos, mas tão somente texto, numa diagramação tradicional, dominada pelo jogo preto/branco, das letras contra fundo branco”. Logo após, visando atender ao internauta, jornais como O *Estadão Online*, a *Folha Online* e a *Revista Veja*, passaram a ter um espaço para as notícias em tempo real.

O provedor de acesso à Internet IG (Internet Grátis), marcou o ano 2000 como o lançamento do *Último Segundo* primeiro jornal que atualizava as informações quase instantâneas. Através desse jornal, pode perceber a aplicabilidade do conceito de tempo

⁵ RSS (*ReallySimpleSyndication*) –serviço que envia e-mail, mediante solicitação do leitor, as últimas atualizações de um determinado *site* de forma resumida, acompanhadas dos respectivos links.

real, pois a cada 90 segundo uma nova notícia era publicada, chegando a ser em até menos tempo, levando ao montante de cerca de mil notícias/dia.

Pertencendo as *Organizações Globo*, em 2001, o portal de notícias *Globonews.com* englobou a produção de conteúdo para veículos como: *Rede Globo*, *Rádio Globo*, *Jornal O Globo*. Já em 2006, há a criação do G1, portal de notícias da Globo, adotando o formato de notícias de forma exclusiva para Internet.

O jornalismo digital cresceu e diversificou-se, que vai desde a sua relação com os artefatos, como na forma de produção dos conteúdos, pois o ambiente da *web* passou a ser visto a apropriado como grande potencial para a disseminação de informações jornalísticas e, conseqüentemente, passou a demandar outros tipos de narrativas, como se pretende discutir a seguir.

2.2 As formas narrativas do jornalismo no ambiente digital

De modo breve, é importante apresentar alguns aspectos centrais acerca do conceito de narrativa. Vieira (2001) ressalta que os primeiros estudos acerca da narrativa começaram com Aristóteles, em particular com seus estudos acerca do gênero tragédia, no teatro; Valdimir Propp, que estudou a morfologia do conto, Claude Bremond, que revisou os escritos de Propp, apoiando-se na ideia que a narrativa precisa de três elementos lógicos: vítima, agressor e ajudante, noção, que de certa forma se aplica ao universo do jornalismo e à própria construção da notícia.

Segundo Ryan, a narrativa transmídia é uma modalidade especial da transficcionalidade, definida por Richard Saint-Gelais como uma relação que se observa quando “dois (ou mais textos) (...) compartilham elementos tais como personagens, lugares imaginários, ou mundos ficcionais” (RYAN, 2013, p. 362).

Para Motta (2002), em sua análise sobre a pragmática da narrativa jornalística:

A narrativa traduz o conhecimento objetivo e subjetivo do mundo (o conhecimento sobre a natureza física, as relações humanas, as identidades, as crenças, valores e mitos, etc.) em relatos. A partir dos enunciados narrativos somos capazes de colocar as coisas em relação umas com as outras em uma ordem e perspectiva, em um desenrolar lógico e cronológico. É assim que compreendemos a maioria das coisas do mundo (p.2).

O autor destaca que as narrativas são “dispositivos argumentativos” e, como tal, traduz os conhecimentos objetivos e subjetivos do mundo, que integram ações do passado, presente e futuro, dividindo-se, em princípio, em dois modelos:

As narrativas midiáticas podem ser tanto fáticas (as notícias, reportagens, documentários, transmissões ao vivo, etc.) quanto fictícias (as telenovelas,

videoclipes musicais, filmes, histórias em quadrinho, alguns comerciais da TV, etc.). Produtos veiculados pela mídia exploram narrativas fáticas, imaginárias ou híbridas procurando ganhar a adesão do leitor, ouvinte ou telespectador, envolve-lo e provocar certos efeitos de sentido. Exploram o fático para causar o efeito de real (a objetividade) e o fictício para causar efeitos emocionais (subjetividades). Jornalistas, produtores e diretores de TV e cinema, roteiristas e publicitários sabem que os homens e mulheres vivem narrativamente o seu mundo, constroem temporalmente suas experiências. Por isso, exploram com astúcia e profissionalismo o discurso narrativo para causar efeitos de sentido.(MOTTA, 2002, p.2).

De modo mais detalhado, Motta (2002) indica que “existem muitas notícias e reportagens que são narrativas integrais, histórias mais ou menos completas, com princípio, meio e fim. Podem ser isoladamente analisadas como narrativas fechadas porque possuem uma unidade integral” (p. 2), entretanto, no presente contexto, a realidade recriada adquire um novo contexto, o que, pode se começar a pensar no desenrolar desta pesquisa, envolve a leitura da notícia em múltiplas plataformas, construindo, assim, uma nova temporalidade, múltipla também, alicerçada na narrativa transmídia.

Com relação à narrativa jornalística, Motta (2002), descreve os seguintes movimentos: recomposição da intriga ou do acontecimento jornalístico; identificação dos conflitos e da funcionalidade dos episódios; a construção de personagens jornalísticas (discursivas); estratégias comunicativas (de objetivação e subjetivação); a relação comunicativa e o “contrato cognitivo” e, metanarrativas - significados de fundo moral ou fábula da história. Evidencia-se, portanto, que nos novos formatos jornalísticos todo esse processo se condensa em nome da especificidade de cada dispositivo e plataforma.

Dalmonte (2010), por sua vez, relaciona narrativas sociais e narrativas jornalísticas. O autor, afirma que, em alguns casos, a narrativa distancia-se da forma de representação do real e aparece “[...] o descompasso com a ideia de representação da realidade e como o jornalismo busca estabelecer estratégias para representar o real” (p. 216).

O autor ressalta que o compromisso da narrativa jornalística é com a realidade, uma vez que, toda a informação que interessa a opinião pública é mediada pelo jornalismo. Entretanto, o advento da internet, faz com que tal lógica se modifique:

No contexto dos novos ambientes tecnológicos, assentados em modalidades comunicacionais interativas, percebe-se que discutir o conceito de narrativa não diz respeito meramente ao processo de encadeamento de fatos, como na tentativa de responder às questões básicas do *lead*². O desafio é exatamente ir além e questionar os novos elementos que compõem a narrativa

jornalística. É óbvio que estamos diante de um novo quadro que requer outro enquadramento epistemológico, a fim de que se possa, inclusive, questionar os limites entre a **narrativa jornalística** e as demais **narrativas sociais** (DALMONTE, 2010, p. 216) (grifo do autor).

De acordo com Fechine (2008, *apud* DALMONTE, 2010, p. 219), os novos formatos jornalísticos vão demandando novas formas narrativas, a exemplo da inserção de reportes ao vivo no telejornalismo, que confere ao formato uma nova dinâmica.

Com a passagem para os ambientes digitais, a narrativa jornalística vai, mais uma vez, se transformando, precisando buscar alternativas para lidar tanto com a “concorrência” das redes sociais, alternativa de consumo de notícias, quanto com o aumento da demanda por instantaneidade, conceito que será posteriormente tratado ao pensarmos a questão das multiplicidades temporais. O público tem passado a consumir a notícia simultaneamente através de diferentes canais, numa atitude que o classifica como multitela, televisão, *notebook* e *smartphone*, por exemplo, acompanhadas ao mesmo tempo.

Do mesmo modo, o já complexo conceito de real, passa a ser ainda mais questionado, pois as diferentes formas de representação do real, de narrativas, se a pensarmos desse modo, levam as empresas jornalísticas a ter de formatar conteúdo para diferentes plataformas. O que no *Twitter* pode se reduzir em 140 caracteres (ou 280) mais uma foto e um *link*, no *Instagram* precisa focar na força da imagem e no *site* agregar vídeo, imagem, áudios, textos, infográficos e todo tipo de informação que puder contribuir para a compreensão do leitor.

Primo (2008), a esse respeito, aponta, em certa medida, a atualização da tradicional fórmula comunicativa que vincula emissor e receptor:

A tão conhecida fórmula ‘emissor → mensagem → meio → receptor’ acaba sendo atualizada no seguinte modelo: ‘webdesigner → site → Internet → usuário’. Os termos são outros, foram ‘modernizados’, mas trata-se da mesma e caduca epistemologia. A diferença é que se destaca que não apenas se recebe o que o polo emissor transmite, mas também se pode buscar a informação que se quer. O novo modelo, então, seria: ‘webdesigner → site → Internet ← usuário’. Essa seria a fórmula da chamada ‘interatividade’ (p. 11).

Percebe-se, na fala de Primo (2008), que a narrativa no jornalismo digital vai se reconfigurando, como se espera aqui demonstrar. No senso comum, muitas vezes, se confunde narrativa no jornalismo digital com o uso agregado de multimídias, mas esse conceito distancia-se do que de fato ocorre.

Miranda, Baldessar e Cavenaghi (2015), realizavam uma análise dos tipos de narrativa no jornalismo digital incluindo publicações da Inglaterra, Estados Unidos e Brasil. As autoras destacam a emergência de tipos específicos de narrativa para o jornalismo digital, destacando: a narrativa mais visual (especialmente em reportagens mais longas), a narrativa mais interativa (que amplia o diálogo com o receptor). Cabe, ainda, ressaltar que as autoras apontam a *BBC* como a pioneira no uso do *WhatsApp* para a divulgação de notícias, no caso, a epidemia de Ebola – em 2015 -, utilizando, para tanto, a narrativa na forma de *post*.

Oliveira (2014) estuda a construção de texto para dispositivos móveis, apontando que, em face às características de *smartphones* e *tablets*, em especial a sua tatilidade (uso de telas *touchscreen*), a narrativa transmídia é a que mais vem se destacando. A autora cita Paulino (2012), para quem:

A publicação digital em tablets conduz o leitor a uma viagem midiática pelo conteúdo. Essa nova narrativa deve instigá-lo a explorar as páginas, buscar botões, procurar opções de áudio, vídeo e animações para complementar o conteúdo, tornando a atividade de leitura mais lúdica e interessante (PAULINO, 2012, p.5, *apud* OLIVEIRA, 2014, p. 3).

A autora destaca, ainda, que:

Nestes dispositivos móveis, a qualidade da estética e das imagens é proeminente. A relação do usuário com a imagem é muito íntima e afetiva. Veículos que investem em publicações para tablets e smartphones inevitavelmente potencializam a presença das imagens enquanto informação, ponto de atração e ludicidade. Galerias de imagens, infográficos interativos, caricaturas, animações, slide shows interativos, entre outras formas de ilustração, protagonizam o material jornalístico nas plataformas móveis. A dinâmica e a organização do texto também são repensadas por conta da gramática do meio. A entrevista pingue-pongue, por exemplo, pode ser completamente rearranjada numa lógica de interatividade convidativa ao toque. Neste intuito, basta que perguntas e respostas sejam transformadas em ícones interativos e tocáveis. A linearidade, neste caso, é parcialmente desconstruída, potencializando o grau de autonomia do leitor. Algumas publicações jornalísticas exclusivas para tablets e smartphones têm optado por apresentar o texto de seus colunistas em formato audiovisual, ou seja, o articulista narra seu texto de um modo muito informal, como quem conversa com o usuário (OLIVEIRA, 2014, p.3).

Ao examinar a atuação do *GI Amapá*, Martins (2014) chama a atenção para o uso da narrativa transmídia como uma hibridização da linguagem jornalística, voltada para atender às demandas das diferentes plataformas e destaca a possibilidade de utilizar as características analíticas de Jenkins (2009b) no estudo acerca do uso da narrativa transmídia no jornalismo. Cita como exemplo o trabalho de Souza (2011), que aplica as características de análise de Jenkins (2009b) ao jornalismo.

De acordo com Souza e Mielniczuk (2010, p. 1) “é possível verificar que, no ambiente digital, aspectos empregados em narrativas de produtos de entretenimento, num contexto chamado por Jenkins (2009a) de cultura da convergência, também aparecem como recursos da narrativa jornalística”.

Para uma primeira organização da análise, buscou-se reunir na Tabela 1, as conceituações de narrativa transmídia para Jenkins (2009b) e para Souza (2011) que faz a sua adequação para o jornalismo:

Tabela 1 – Categorias de Análise segundo Jenkins (2009b) e Souza (2011)

Categoria de análise	Jenkins (2009b)	Souza (2011)
Espalhamento	“Refere-se à capacidade do público de participar ativamente da circulação de conteúdo de mídia por meio de redes sociais e no processo de expandir o seu valor econômico e cultural” (p.104);	“A audiência pode ampliar o acesso a um determinado conteúdo jornalístico quando são utilizados os pós-filtros – ferramentas aplicativos que promovem uma nova seleção do material e, portanto, uma nova mediação cultural. Entretanto, o fenômeno é mais amplo do que isso. O espalhamento está ligado com a transmediação e pode ocorrer quando há recomendação a partir de outras plataformas, como o <i>Facebook</i> e o <i>Twitter</i> . Em resumo, o espalhamento no jornalismo compreende o uso de ferramentas de recomendação, valoração, compartilhamento e comentários dentro dos sites jornalísticos e a utilização das redes sociais com finalidade semelhante (SOUZA, 2011, p. 149).
Capacidade de perfuração	“Diz respeito ao engajamento do público com a complexidade narrativa e está associada ao conceito de espalhamento” (p.105);	“Quanto mais detalhes uma história tem, mais ‘perfurável’ ela é. No jornalismo, a capacidade de perfuração pode ser associada ao aprofundamento e à contextualização. O aprofundamento constituiu acréscimo de informações, detalhes e versões. Já a ampliação do contexto compreende o relacionamento, por exemplo, com outras notícias. No ambiente digital, a memória assume ambas as funções: contribuir para o aprofundamento e para a contextualização. Com isso, os estudos concluem que a memória é uma das formas de propiciar a capacidade de perfuração” (SOUZA, 2011, p. 80).
Continuidade x multiplicidade	“[...] estes conceitos compreendem a coerência e a plausibilidade da história e pode levar à lógica da multiplicidade [...]a aplicação desse princípio faz com que o público tenha a noção de que todos os produtos midiáticos de uma notícia integram uma única história” (p.107);	No primeiro caso, a continuidade depende da estrutura do texto e do segundo de elementos que ligam os textos. Na narrativa hipertextual, esta conexão pode ser feita por meio dos links. Diante de uma perspectiva transmídia é preciso considerar uma terceira possibilidade: a conexão de textos existentes em plataformas distintas. Com isso, o elo entre os fragmentos da história se dá pela transmediação e o resultado é compreensão adicional da narrativa (SOUZA, 2011, p. 150).
Imersão x capacidade de extração	“Ambos os conceitos referem-se à relação percebida entre a ficção transmídia e nossas experiências cotidianas. Enquanto a imersão seria a capacidade de o consumidor entrar no mundo da	“Amarrar a história com os aspectos da realidade” SOUZA, 2011, p. 153).

	história, a extração seria a de levar aspectos da história como recursos para espaços de sua vida cotidiana” (p.108);	
Construção do universo	“Esse conceito parece intimamente ligado aos princípios de imersão da capacidade extração, visto que ambos representam formas para o consumidor envolver-se mais diretamente com os mundos representados nas narrativas, tratando-os como espaços reais que se cruzam de alguma forma com as nossas próprias realidades vividas” (p.109);	“No jornalismo, segundo Souza (2011), apresentação do mundo da história em uma notícia depende daquilo que a narrativa traz e também do grau de atenção e da bagagem cultural do leitor. Portanto, a construção do universo dependeria da contextualização” (MIRANDA, 2012, p. 109).
Serialidade	“A série cria partes da história, dispersando-a em parcelas múltiplas que podem ser consumidas em qualquer ordem – devido à natureza não linear da experiência de entretenimento transmídia (p.110)”;	“Souza (2011) acredita que a serialidade possa ir além da conexão entre trechos de um programa ou conteúdos de um tema veiculado em dias diferentes em uma mesma plataforma, conectando, assim, trechos da história em diversas plataformas. No caso do jornalismo, acrescenta o autor, utilizam-se formas distintas de serialidade para contar histórias por meio de conteúdos especiais ou ao resgatar um assunto de repercussão que continua tendo desdobramentos” (MIRANDA, 2012, p. 110).
Subjetividade	“Refere-se às diferentes formas de narrar histórias, podendo possibilitar experiências distintas” (p.111);	Em relação à perspectiva das histórias no jornalismo, pode-se relacionar com alterações no âmbito do modo de narração (RYAN, 2009), como o uso da primeira pessoa. Já a mudança do formato contribui para ampliar o entendimento da narrativa. Neste sentido, recorre-se a Salaverría (2009), autor que discute o jornalismo nas mídias digitais precisa explorar novos formatos e não reproduzir formatos provenientes de outras plataformas. Com isso, pretende-se identificar formas de narrar e formatos narrativos que enriqueçam os modos de contar histórias (MIRANDA, 2012, p. 111).
Performance	“Motiva a audiência (atratores culturais) para um determinado fim (ativadores culturais)” (p.111).	Souza (2011) adota as seções destinadas à participação da audiência as formas usadas pelos produtos jornalísticos para interpelar audiência a participar dessas seções. (MIRANDA, 2012, p. 112).

É possível perceber que, a partir das leituras realizadas, as narrativas utilizadas no jornalismo digital estão próximas do que vem sendo chamado de narrativa transmídia.

2.3 Narrativas transmídias, jornalismo factual e temporalidade

Segundo Antunes (2007), o tempo é uma questão central na notícia, mas a temporalidade pode ser mais complexa, na medida em que muitas vezes se acredita haver uma temporalidade jornalística sincrônica à temporalidade social, o que, para o autor, seria um mito. Outro aspecto do trabalho pelo autor é a questão da dupla temporalidade inerente à prática jornalística, que apresenta a dualidade entrelatência e atualidade.

Dias (2011), por sua vez, indica que a temporalidade midiática inscreve incessantemente um presente a partir de uma atualidade que lhe é sempre nova, que, de certa forma, reatualiza o passado, dificultando separar o acontecimento histórico do jornalístico. O autor destaca o papel do jornalista como agente ativo na construção do acontecimento, o que, por sua vez, afeta a própria noção de temporalidade e cita Sodré (2009):

Já para Muniz Sodré (2009), o jornalismo mobiliza diferentes tipos de discursos, mas este, em essencial, se apoia na notícia que se configura como um procedimento que preside e estrutura a construção do acontecimento. Acontecimento que, para ele, está intimamente ligado à questão do tempo, como algo irredutível à lógica da história. Sodré coloca uma distinção entre fato e acontecimento, demonstrando assim como o discurso constrói narrativamente as mutações no fluxo do cotidiano. Para ele, a notícia, enquanto produtora de um acontecimento (que parte do fato) é um relato de algo que “foi” ou “será” inscrito (DIAS, 2011, p. 174).

Para Franciscato (2018b) “[...] os termos ‘temporalidade’ e ‘mediação’ ganham um esforço de problematização de seus sentidos possíveis dentro do campo comunicacional”, passando a gerar desdobramentos no ambiente jornalístico. Assim, formas tradicionais inerentes ao jornalismo tradicional, tais como: instantaneidade, simultaneidade, periodicidade, novidade e no universo digital. Ainda, para o autor, “A delimitação do tempo presente como um demarcador da experiência jornalística é, assim, inquirida a partir de novas promessas de temporalidades múltiplas surgidas para estes ambientes digitais” (FRANCISCATO, 2018b, p.3).

O autor destaca que a mediação social, a mediação tecnológica e outras instancias da contemporaneidade implicam no presente contexto de produção jornalística, promovendo um tipo de atualização que leva à construção da temporalidade. No caso da narrativa transmídia, a questão da temporalidade vai se tornando ainda mais central, uma vez que os conteúdos vão sendo distribuídos pelas plataformas em tempos e ritmos diferentes e o mesmo vale para o acesso do público a tais conteúdos.

Para Franciscato (2018b, p.6),

Um tipo específico de temporalidade é nuclear ao jornalismo: a experiência do tempo presente, a partir da qual diversas literaturas em jornalismo têm adotado a expressão “atualidade jornalística” como marca específica desta atividade. O tempo presente no jornalismo pode ser compreendido a partir de três fundamentos: a) o tempo presente é perspectivado, dependendo de referências socioculturais que permitem aos indivíduos construir um sentido de presente em relação a um passado e a um futuro. Conforme Elias, “...é somente na experiência humana que se encontram essas grandes linhas demarcatórias entre ‘hoje’, ‘ontem’ e ‘amanhã’” (1998, p. 66). b) O tempo da experiência do ator ao agir no mundo é prioritariamente presente. A

construção social de um sentido de tempo presente ocorre na tensão e na articulação entre diferentes formas de agir do ator no ambiente social, pois está enraizada na ‘vivência presente’. Em sua obra *The Philosophy of the Present* (1959), George Herbert Mead busca entender o mundo como centrado em um presente, e localizar passado e futuro, significados e possibilidades, em sua função com relação ao presente. c) As rotinas da vida cotidiana estão repletas de marcadores do tempo presente. Como a vivência no mundo da vida cotidiana implica um referencial de lugar e tempo marcado pelo “aqui e agora” (BERGER E LUCKMANN, 1978, p. 39), a experiência social do cotidiano conduz o indivíduo a ter, inevitavelmente, um sentido de presente das coisas.

2.4 Características das narrativas transmídia no jornalismo

É inegável o crescimento do jornalismo digital na atualidade e a consequente mudança em vários dos tradicionais paradigmas do jornalismo impresso. Com a convergência, tais paradigmas clássicos precisaram ser revistos, reformatando a comunicação entre o usuário e os meios. Consoante Jenkins (2009, p.30), “a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. Para a convergência acontecer, ela necessita da interação do consumidor final, do público, da população, quer como os sistemas de comunicação prefiram nomear os públicos a quem pretendem atingir.

Miranda, Baldessar e Cavenaghi (2015), discutem a importância do estudo da convergência para o jornalismo, uma vez que o público consome cada vez mais conteúdo produzido nesse ambiente de e destacam que a forma de produzir e consumir notícias na última década foi radicalmente transformada, passando a buscar outras formas narrativas. O mesmo acontece com Gutemberg e Lima (2017), que ao analisarem dois casos (a morte de Osama Bin Laden e um incêndio ocorrido no Rio de Janeiro), mostram que a narrativa transmídia permite contar histórias que permitem aproveitar todo o potencial de um mundo ligado em rede.

O *Twitter*, para Gutemberg e Lima (2017) é o meio mais propício para a construção da narrativa transmídia, uma vez que: “[...] algumas de suas características de funcionamento, a saber: o limite de caracteres, que favorece a instantaneidade entre o relato e o acontecimento; e a possibilidade de se conhecer instantaneamente os assuntos mais comentados no momento, por meio dos *trendtopics*” (p. 3). O estudo demonstra que os dados dos casos analisados, segundo os autores, “transbordaram” de uma

plataforma para a outra, num exemplo característico da narrativa transmídia aplicada ao jornalismo.

Na última década, dentro do ambiente jornalístico, o conceito de narrativa transmídia tornou-se sinônimo de inovação na comunicação ao se discutir formas e meios de se contar história na contemporaneidade. Tem, no entanto, extravasado as fronteiras desse campo do conhecimento ao estabelecer diálogos interdisciplinares e complexos com áreas diversas. Consoante Jenkins (2009), a utilização do termo transmídia sempre vem acompanhado de narrativa, em outras palavras o transmidiatismo, encarado como fenômeno, apenas se dá através do ato de contar histórias. Ainda de acordo com o autor, a mera adaptação de uma narrativa para um ou mais suportes não a torna transmídia, haja vista que, uma característica fundamental para se enquadrar em seus pressupostos, é o fato de que essa transposição deve ser acompanhada por uma extensão da narrativa, por meio de novos elementos e fatos interdependentes.

Para ser transmídia deve haver adição de conteúdo. Outro elemento fundamental apontado por Jenkins (2011) é o papel do público, usuário e/ou fã, pois a interação por si só não torna o enredo uma narrativa transmidiática – deve existir uma participação, pois o público precisa contribuir na construção do conteúdo. De acordo com Figueiredo (2016, p. 48), existem seis principais razões para que a narrativa transmídia seja utilizada:

Na prática, portanto, a narrativa transmídia é uma estratégia normalmente utilizada para (a) fazer uma ponte entre um texto principal – geralmente o filme – e suas sequências; (b) prenunciar evoluções no enredo de uma obra; (c) expandir narrativa ou completar suas lacunas; (d) desenvolver histórias de personagens secundários, outros detalhes e perspectivas da narrativa; (e) oferecer um apoio para o ingresso de um novo público à franquia; (f) construir universos que não podem ser esgotados em uma só mídia. Economicamente, trata-se de um projeto vantajoso para os produtores, pois acaba por conquistar consumidores de diferentes nichos e aumentar o engajamento do público.

A partir disso, nos perguntamos: é possível encontrar exemplos de narrativa transmídia no jornalismo? É verdade que Jenkins (2009; 2011) desenvolveu o conceito pensando no universo da ficção, mas, nada impede que seja adaptado para o campo jornalístico. As novas potencialidades, presentes na construção do texto jornalístico, permitem diversas mudanças nas rotinas produtivas do jornalista contemporâneo, e, sendo assim, pretendemos demonstrar que a narrativa transmidiática é uma dessas possibilidades.

Contudo, narrativa transmídia, seria a narrativa que perpassa por diversos tipos de mídias, mas ela não se limita a reprodução fidedigna do que se conta na narrativa original – isso seria o conceito de narrativas *crossmedia* – para ser considerada transmídia precisa que ocorra a expansão da história em cada mídia que é apresentada:

Foi justo esse momento multiplicador que Jenkins teve a intuição e sabedoria de perceber e explorar, ou seja, o momento em que a narrativa passou a adquirir a faculdade “trans”, saltando de uma mídia para a outra e se transmutando nessas passagens de acordo com aquilo que cada mídia oferece de si mesma, aquilo que ela pode fazer melhor. Portanto, o grande sucesso alcançado pelas ideias de Jenkins não se deve ao acaso, mas sim ao fato de ter colhido o pássaro no movimento do seu voo. As mídias em pleno voo. (MITTERMAYER, p. 10).

No contexto da comunicação, ainda existe um entrave na colocação do termo transmídia, por exemplo, aos jornais, posto que, na atualidade, a grande maioria possui conteúdo distribuído em diversas mídias, como é o caso da empresa de mídia estudada nesta pesquisa, a *BBC News Brasil*, que produz conteúdo para televisão, rádio, *site*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, devendo fazer com que uma mesma notícia seja contada acrescentando fatores e inovações a história, ou ao modo como a história é vista, de modo a construir uma narrativa transmídia.

Já que a produção transmidiática é formada por um emaranhado complexo de elementos sociais, de narrativas plataformas, Veglis (2012, p.7) aborda que ela não pode ser tratada como elementos independentes ou separados:

A estória é partilhada em peças e as mesmas são oferecidas por diferentes canais de publicação (bem como diferentes elementos no mesmo local – por exemplo, texto figuras, gráficos, vídeo). Então o usuário tem que acessar vários canais de forma que adquira todos os detalhes da estória.

No Brasil, Ricardo Anderáos (1995) já identificava o fenômeno de convergência e relacionava-o com os paradigmas tradicionais de comunicação, como pode ser visto na seguinte passagem:

Acredito que os paradigmas de comunicação que temos em mente não se adequam muito bem à descrição de um processo que está acontecendo em todo o mundo - atingindo a televisão, os jornais, revistas, estúdios de cinema de Hollywood, as empresas de informática, fenômeno que já se tornou corriqueiro denominarmos de “convergência”. Há um grande processo - que ainda não está muito claro para nós - através do qual todas as mídias, todos os meios de comunicação vão se misturando uns aos outros, se encavalando para gerar uma nova realidade de comunicação, uma nova realidade de pesquisa e entretenimento para o século 21 (ANDERAÓS, 1995, *apud* SANTAELLA, 1996, p. 14).

Esse problema da narrativa transmídia na comunicação jornalística depende também da forma como a informação é passada. Se a narrativa inicial vem de um

veículo e as informações adicionais passam por outros, nesse caso é uma narrativa transmídia, se a mesma informação é divulgada em todas as plataformas, trata-se de *crossmidia*, ou mídia cruzada, estratégia em que uma mídia serve para atrair a atenção para outra (por exemplo, o *Twitter* leva o usuário ao *site* ou ao canal de televisão).

Vale a pena ressaltar que a transmídia, no entanto, faz parecer um encerramento de uma hegemonia dos radio difusores nos processos de produção e distribuição audiovisual. O que Edwards (2012, p.2) ressalta que, no caso do nicho televisivo, as empresas têm incorporado novas mídias ao fomentar novos elementos para os mais variados programas voltados para websites, aplicativos celulares, e outros recursos que auxiliam na expansão de conteúdo.

No mundo do entretenimento cultural, as narrativas transmídia ganham maior ênfase, normalmente, passando por diversas plataformas e mídias e ampliando a narrativa original. Um grande exemplo deste no entretenimento é *Matrix*, que começou com uma animação, que se tornou uma franquia de filmes, jogos digitais, revistas em quadrinho e livros, mas o que diferencia, do entrave visto na comunicação jornalística, é o fato da facilidade da criação de novas informações a narrativa original. O que inicialmente teve início, meio e fim na animação, pode ser explorado e ampliado em cada nova plataforma que foi distribuído:

Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado com atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo (JENKINS, 2009, p. 138).

Dos Santos (2017), ao analisar a existência de um jornalismo transmídia, ressaltava que:

[...] muitos exemplos do que atualmente se chama de jornalismo transmídia baseiam-se em duas práticas simultâneas: a) a transposição do noticiário para as plataformas de mídias sociais, inclusive adaptando e otimizando tal conteúdo para melhor operar a partir das especificidades de cada uma; b) usar e motivar a participação dos usuários a partir de colaborações espontâneas ou estimuladas, de forma a otimizar métricas como número de visualizações, compartilhamentos, comentários e aprovações (p. 143).

Nesse sentido, para Dos Santos (2017) a narrativa transmídia no jornalismo deve ir além dessas duas premissas, demandando uma maior complexidade de construção. Para o autor, exemplos clássicos de narrativa transmídia no jornalismo seriam: a

experiência de realidade virtual chamada “6x9” do jornal britânico *The Guardian* (2018), *osnewsgames*, e o aplicativo AR NEWS do jornal TokyoShimbun (2013).

Portando, encadeando as informações, acerca da narrativa transmídia, entende-se que a terminologia sobre a temática ainda é complexa. De modo geral, pode ser entendido como uma estratégia de comunicação que visa fragmentar uma narrativa para que ela possa se adequar da melhor forma possível em cada plataforma, tendo assim, sua expansão em cada uma delas. Outro fator percebido é que existe uma melhor adequação da narrativa transmídia para o conteúdo ficcional, já que pode ser introduzido fatores novos, enquanto que narrativas ligadas a fatos tendem a não sofrer modificações, ou serem colocadas da mesma forma em todas as mídias.

Assim, no escopo desta pesquisa, optou-se por utilizar o conceito de Jenkins (2009), para quem:

Narrativas transmídia são histórias que se desdobram através de múltiplas plataformas de mídia, com cada meio fazendo distintas contribuições para a nossa compreensão do mundo narrativo, numa abordagem mais integrada para o desenvolvimento de franquias que os modelos baseados em urtexts⁶ e produtos auxiliares. (JENKINS, 2006, p.293)

A partir de Jenkins (2009, p. 45), Figueiredo (2016) ainda pondera: “A narrativa transmídia designa a utilização de várias plataformas midiáticas que convergem para contar uma história, sendo que cada novo texto contribui de forma distinta para tal”, recurso que, ao nosso ver, pode ser aplicado ao jornalismo, uma vez que, este, tem se disseminado através de múltiplas plataformas⁷.

Para Canavilhas (2013, p. 59), o jornalismo transmídia deve seguir aos princípios apresentados por Jenkins (2011) acerca de como os conteúdos da narrativa transmídia devem ser: 1) distribuíveis, 2) explorável, 3) ininterrupto, 4) apresentar diversidade de pontos de vista, 5) imersível, 6) imperecível, 7) construído em mundos reais e 8) inspirar ações.

O próximo aspecto a ser discutido é o papel da temporalidade, nos termos propostos por Franciscato (2005) e a questão da narrativa transmídia no jornalismo digital, pois Jenkins (2010, p.2) aponta que talvez o maior desafio do uso da transmídia no contexto das literacias seja uma mudança de um modelo curricular para uma

⁶ Aqui a expressão é utilizada no sentido de “original”.

⁷ Acerca da narrativa transmídia, convém citar Figueiredo (2016, p. 46), que pontua historicamente o surgimento do conceito: “Um elemento muitas vezes presente nas franquias é a narrativa transmídia. De acordo com Elizabeth Evans, o termo “narrativa transmídia” [*transmídia storytelling*] foi utilizado pela primeira vez por MarshaKinder e Mary Celeste Kearney como uma prática promocional envolvendo merchandising, adaptações, sequências e franquias”.

perspectiva de mídia comparada, que forneça contextos que os estimulem a pensar através das plataformas e entender como elas interagem entre si das mais diversas e complexas formas.

CAPÍTULO 3 – NARRATIVAS TRANSMÍDIAS NO JORNALISMO FACTUAL DA *BBC NEWS BRASIL*

3.1 Questões metodológicas

Esta dissertação tem como problema de pesquisa o questionamento se “As narrativas transmidiáticas no ambiente digital qualificam as estruturas textuais e as experiências do leitor do jornalismo factual diário?”. Para explorar a intenção expressa neste problema, foram formuladas as seguintes hipóteses:

H1 - A narrativa transmídia possibilita maior contextualização do jornalismo factual diário ao oferecer ao leitor maior complexidade narrativa e engajamento nas notícias.

H2 – Características específicas do jornalismo digital, aplicadas na cobertura do jornalismo diário, são potencializadas com as narrativas transmídia.

H3 – O leitor de jornalismo diário pode experimentar um mais denso envolvimento com fatos cotidianos relevantes com as narrativas transmídia

H4 – A narrativa transmídia possibilita a emergência de novos gêneros e formatos do jornalismo diário no ambiente digital

H5 - A narrativa transmídia aumenta o tempo de permanência da notícia em circulação junto aos públicos por meio de procedimentos conversacionais e de repercussão

A discussão teórica acerca de cada uma dessas hipóteses e suas respectivas categorias de análise encontra-se detalhada na abertura de cada um dos tópicos específicos de análise (3.3.1 Contextualização, complexidade e engajamento; 3.3.2 Intensificação das características do jornalismo digital; 3.3.3 Maior envolvimento do leitor com fatos cotidianos; 3.3.4 Emergência de novos gêneros e formatos do jornalismo diário e, 3.3.5 Tempo de permanência da notícia em circulação junto aos leitores.

Entretanto, desde já, cabe apresentar os elementos centrais da análise proposta.

A Hipótese 1 fundamenta-se nos conceitos de: contextualização (Canavilhas, 2015; Luckman e Fonseca, 2017) e memória (Palacios, 2010) e compreende a categoria de análise: “Capacidade de perfuração”.

A “capacidade de perfuração”, para Jenkins (2009b), “Diz respeito ao engajamento do público com a complexidade narrativa e está associada ao conceito de espalhamento” (p.105) e evolve, ainda, aprofundamento e contextualização.

Aprofundamento pensado como a possibilidade de ampliar o número de informações, acrescentar detalhes, a cada versão e contextualização no âmbito proposto por Souza (2011): “Já a ampliação do contexto compreende o relacionamento, por exemplo, com outras notícias” (p. 80).

Os procedimentos de aprofundamento e contextualização compreendem a ampliação da memória social: “No ambiente digital, a memória assume ambas as funções: contribuir para o aprofundamento e para a contextualização. Com isso, os estudos concluem que a memória é uma das formas de propiciar a capacidade de perfuração” (SOUZA, 2011, p. 80).

A Hipótese 2 tem por objetivo localizar, nos dados empíricos, formas como a narrativa transmídia intensifica aspectos do jornalismo digital (como hipertextualidade, atualização contínua, entre outros) ao realizar o acompanhamento dos fatos diários. Tais questões são discutidas por Canavilhas (2013; 2014) e Fidalgo e Canavilhas(2009). A categoria de análise é: “Continuidade x multiplicidade”.

A categoria fundamenta-se nos estudos de Jenkins (2009b), para quem, as múltiplas ferramentas do modelo transmídia criam uma ideia de continuidade entre textos, mídias e narrativas: “a aplicação desse princípio faz com que o público tenha a noção de que todos os produtos midiáticos de uma notícia integram uma única história” (JENKINS, 2009b, p.107).

A Hipótese 3 tem por objetivo explorar se os dados empíricos possibilitam constatar um maior envolvimento do leitor com os fatos cotidianos a partir do uso de princípios de narrativa transmídia no jornalismo diário (Canavilhas e Rodrigues (2017); Baccin, Sousa e Brenol (2017)).

As categorias de análise serão: a) “imersão e capacidade de extração” e b) “construção do universo”.

A Hipótese 4 tem por objetivo revisar os gêneros e formatos informativos mais utilizados no jornalismo diário tradicional, acompanhar as alterações ocorridas com o jornalismo digital e considerar as especificidades que estas novas possibilidades de narrativas transmídia oferecem para a criação de novos modelos e formatos de textos noticiosos.

A base teórica desta hipótese envolve os estudos de Melo e Assis (2016), sobre gêneros jornalísticos tradicionais e de Salaverria (2005) acerca dos novos formatos de notícia factual diária no jornalismo digital.

A categoria de análise é: “subjetividade”, no aporte fornecido por Jenkins (2009b), quando explica: “Refere-se às diferentes formas de narrar histórias, podendo possibilitar experiências distintas” (p. 111); Ryan (2009) e Salaverria (2009).

A última hipótese, Hipótese 5, tomo como base a pesquisa de Gomis (1999) sobre o “presente social”: “[...] a sedimentação das informações na consciência dos leitores e ouvintes” (p. 23); no conceito de jornalismo participativo e de audiências participativas no jornalismo (Calabrese, Domingo e Pereira, 2015), os estudos sobre as redes sociais digitais como ambientes que possibilitam a extensão da participação do público no jornalismo factual diário.

A categoria de análise é: “espalhamento”, tal como explicado por Jenkins (2009b): “[...] capacidade do público de participar ativamente da circulação de conteúdo de mídia por meio de redes sociais e no processo de expandir o seu valor econômico e cultural”(p.104) e por Souza (2011): “Em resumo, o espalhamento no jornalismo compreende o uso de ferramentas de recomendação, valoração, compartilhamento e comentários dentro dos sites jornalísticos e a utilização das redes sociais com finalidade semelhante’ (p. 149).

Cabe notar que as hipóteses e respectivas categorias de análise derivam da Tabela 1, em que são apresentadas as categorias de Análise segundo Jenkins (2009b) e Souza (2011).

A partir do exposto foi estruturada uma metodologia baseada em pesquisa teórica e pesquisa empírica. A primeira etapa, portanto, consistiu-se na pesquisa bibliográfica e documental, com análise da literatura recente sobre os aspectos da temporalidade, jornalismo factual tradicional e nas novas mídias, gêneros jornalísticos no jornalismo factual e nas novas mídias, convergência midiática e narrativas transmídia.

Num segundo momento foi realizado um estudo de caso, tomando como objeto um exemplo de uma produção jornalística multiplataforma: a da *BBC News Brasil* em seu *website*, e em suas contas de *Twitter* e de *Instagram*. Gil (2008), esclarece que, no que diz respeito aos procedimentos técnicos:

O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados. De acordo com Yin (2005, p. 32), o estudo de caso é um estudo empírico que investiga um fenômeno atual dentro do seu contexto de realidade, quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas e no qual são utilizadas várias fontes de evidência. O estudo de caso vem sendo utilizado com frequência cada vez maior pelos

pesquisadores sociais, visto servir a pesquisas com diferentes propósitos, tais como: a) explorar situações da vida real cujos limites não estão claramente definidos; b) descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação; e c) explicar as variáveis causais de determinado fenômeno em situações muito complexas que não possibilitam a utilização de levantamentos e experimentos (p.77).

A *BBC News Brasil* foi escolhida para ser objeto do estudo de caso em função da sua presença nas redes sociais (*Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Telegram e Flipboard*), por manter um *website* em constante atualização e pela tradição da *BBC* em trabalhar com televisão, rádio e internet, o que lhe confere, em princípio, experiência com a produção de conteúdo transmídia.

A coleta se deu no período de três meses (entre abril a junho de 2019) e consistiu na captura das manchetes do *website da BBC News Brasil* em dois horários diários, às 14 horas e às 20 horas, quando geralmente acontece a atualização das manchetes, e todos os *posts* das contas do *Twitter* e dos *Stories* do *Instagram*, relacionados às manchetes, possibilitando, assim, uma visão mais ampla do conjunto de publicações nas diferentes plataformas.

Cabe ressaltar que os *Stories* do *Instagram* foram escolhidos para a análise por utilizarem a linguagem do vídeo e por serem desenvolvidos fundamentalmente para dispositivos móveis, em especial os *smartphones*, o que pode ajudar a compreender a característica transmidiática e multiplataforma da produção da *BBC News Brasil*.

As manchetes foram organizadas em planilhas e, ainda, foram feitos *prints* de cada um dos *posts, tweets* e manchetes coletados para que fosse possível a análise da produção das notícias para as diferentes plataformas.

Os dados obtidos foram tabulados de acordo com as seguintes categorias de análise, baseadas em Jenkins (2009b) e Souza (2011), como indicado na Tabela 1: Capacidade de perfuração, Continuidade X Multiplicidade, Imersão x capacidade de extração, Construção do Universo, Subjetividade e Espalhamento.

Para análise dos dados será utilizado o método de Análise de Conteúdo, na perspectiva de Bardin (2011, p. 29), para quem a análise de conteúdo tem por objetivos: ultrapassar as incertezas e proporcionar o enriquecimento da leitura. A análise de conteúdo deve servir para compreender qualquer tipo de código, seja ele linguístico ou não, muito embora o código linguístico seja o lugar por excelência da análise de conteúdo.

Bardin (2011, p. 30) elenca duas funções principais para a análise de conteúdo:

- uma função heurística – a análise de conteúdo enriquece a tentativa exploratória, aumenta a propensão à descoberta. É a análise de conteúdo “para ver no que dá”;
- uma função de “administração da prova”. Hipóteses sob a forma de questões ou de afirmações provisórias servindo de diretrizes, apelarão para o método de análise sistemática para serem verificadas no sentido de uma confirmação ou de uma informação. É a análise de conteúdo “para servir de prova”;

A autora complementa informando que as duas funções podem coexistir e em muitos casos o pesquisador precisa de ambas para a sua pesquisa. No âmbito desta pesquisa, embora a função heurística seja predominante, a função “administrativa da prova” também permitirá verificar em que medida a *BBC News Brasil* de fato produz conteúdo transmídia.

De modo mais preciso: “A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não)” (BARDIN, 2011, p. 38).

Aqui, serão utilizados indicadores quantitativos e qualitativos. Durante o período de coleta entre os dias 02/04/2019 a 28/06/2019 (não foram feitas coletas nos sábados, domingos e feriados por entender que nesses dias as rotinas de trabalho ocorrem principalmente apenas nas formas de plantões noticiosos), foram coletados no total:

- 113 manchetes do *website* da *BBC News Brasil*, nos dois horários de atualização, às 14h e às 20h;
- 441 *tweets* no *Twitter*;
- 69 *posts* no *Stories* do *Instagram*.

O período de 91 dias contou com 63 dias úteis, 26 sábados e domingos e três feriados, sendo o dia 21 de abril simultaneamente feriado e domingo. Os 63 dias úteis deveriam gerar 126 manchetes, entretanto, nem todos os dias as manchetes foram atualizadas às 20h, mantendo-se, portanto, a mesma manchete exibida no *website* às 14h (isso aconteceu em dois dias de abril, sete dias de maio e quatro dias de junho), com isso, foram coletadas 113 manchetes (ou seja, 126 manchetes estimadas, menos as treze repetidas). É importante frisar que em 33 dias não houve postagens nos *Stories*, o que representa 52% do total dos dias de coleta.

A distribuição da amostra nos meses de coleta encontra-se na Tabela 2:

Tabela 2 – Distribuição de manchetes, *tweets* e *posts* pelos meses de coleta

Mês	Website		Tweets	Posts no Instagram
	Manchete 14h	Manchete 20h		
Abril	21	19	129	29
Maio	22	14	65	19
Junho	20	17	137	21
Total	63	50	441	69

Fonte: Elaboração Própria.

A partir da primeira tabulação é possível observar que:

- As manchetes de abril não foram atualizadas às 20h apenas nos dias: 16 de abril (“As pedras no caminho da agenda de Paulo Guedes”) e 29 de abril (“Sem ajustes na Previdência, situação dos Estados é ‘dramática’, afirma governador do PT”), ambas tratando de temas ligados à política econômica do governo;
- O mês de abril apresentou o maior número de postagens nos *Stories* do *Instagram* do período que compreendeu a coleta da amostra;
- Não houve atualização de manchete em maio nos dias: 7 de maio (“Tinha helicóptero atirando de cima”: professores acalmam alunos com música durante operação que matou 8 no RJ”), 20 de maio (“Por que os próximos dias serão decisivos para o governo Bolsonaro”), 22 de maio (“Dormir na rua e pedalar 12h por dia: a rotina dos entregadores de aplicativos”), 23 de maio (“STF já tem maioria para criminalizar homofobia; entenda julgamento”), 24 de maio (“Como eclipse solar no Ceará confirmou Teoria da Relatividade e transformou Einstein em celebridade”), 27 de maio (“Com decreto de Bolsonaro, 2 bilhões de munições podem ser compradas por brasileiros que já têm armas”) e 29 de maio (“Investir em educação ‘fecha’ prisões, diz especialista francesa”);
- Não houve atualização da manchete do *website* às 20h nos dias: 4 de junho (“Entenda a regra que pode congelar os recursos do governo Bolsonaro nas próximas semanas”), 11 de junho (“10 medidas’ defendidas por Moro e Dallagnol permitiriam que vazamentos fossem usados contra eles na justiça”), 17 de junho (“Governo Federal financia entidades para dependentes químicos denunciadas por maus-tratos e irregularidades”) e 19 de junho (“A mensagem que Bolsonaro vai levar aos líderes das 20 maiores economias do mundo no G20”);
- Junho foi o mês com maior atividade no *Twitter*: 137 postagens;

Os dados permitem, ainda, observar que:

-Os *Stories* do *Instagram* foram utilizados em dez dias de abril (29 postagens), nove dias de maio (19 postagens) e oito dias de junho (21 postagens);

-Não existe um padrão que permita identificar quais os fatores que levam ou não a atualização de uma manchete;

-Não é possível, também, identificar os motivos que levam à produção de *Stories* do *Instagram* para determinadas matérias;

É possível, por outro lado, inferir que a produção da *BBC News Brasil* é voltada especialmente para as plataformas *website* e *Twitter*, ficando os *Stories* do *Instagram* como uma plataforma de publicações ainda pontuais, talvez com caráter experimental.

Com base no Método de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011), foram realizadas as seguintes etapas para a estruturação da metodologia de pesquisa:

a) Amostra de textos

- Foram considerados como textos todas as manchetes selecionadas do *website* que foram replicadas no *Twitter*, todos *ostweets* e todos *Stories* do *Instagram* publicados pela *BBC News Brasil*, nos meses de abril, maio e junho de 2019. A coleta foi sistematicamente realizada às 14h e às 21h de cada dia, momento em que a *BBC News Brasil* atualiza seu *website*;

b) Contextualização

-Foram selecionados para análise, as manchetes que, a partir da “amostra de textos” enquadravam-se no âmbito do jornalismo factual, como demanda o presente objeto de estudo;

c) Análise de Relações

De acordo com Recuero (2014, p. 297):

Bardin (2007, p.191) indica, dentre os tipos de análise de conteúdo, a chamada “análise das relações”. Para a autora, a análise das co-ocorrências é a que “procura extrair dos textos as relações entre os elementos da mensagem” (p. 191) e assinalar os fragmentos e exclusões dos elementos em uma mesma unidade contextual. A autora explica que a análise de co-ocorrências pode apresentar elementos significativos ou ausências significativas. Dentre os autores que trabalharam com esse foco, destaca o trabalho de Osgood (1959), principalmente pelos passos procedimentais que ele seleciona.

Recuero (2014) utilizou a visão de Bardin (2011) para empregar a análise de conteúdo em um estudo sobre a aplicabilidade de metodologias de análise em redes sociais, mais especificamente, examinou a *hashtag* #Diadaconsciêncianegra no *Twitter*. O estudo serviu como guia inicial para a estruturação da análise aqui contida.

A categorização dos dados nas cinco categorias de análise, cada uma articulada à sua hipótese, obedeceu aos seguintes critérios:

- Hipótese 1 – “Capacidade de Perfuração” – todas as manchetes que obtiveram mais de 100 comentários no *Twitter*. O leitor que lê a matéria no *Twitter* é direcionado para o *website*, com acréscimo de informações que ampliam o engajamento e possibilitam o aprofundamento e a contextualização;

-Hipótese 2 – “ContinuidadexMultiplicidade” –todas as manchetes que foram acompanhadas da publicação de *Stories* no *Instagram*. Os *Stories* permitem analisar a utilização de múltiplas ferramentas do modelo transmídia e podem gerar continuidade entre textos, mídias e narrativas;

-Hipótese 3 – “a) Imersão x capacidade de extração” e “b)Construção do Universo” – todas as manchetes que obtiveram a participação do público através de mais de 100 *likes* (curtidas). O uso de *likes* pode ajudar a verificar o envolvimento do leitor com os fatos cotidianos a partir do uso de princípios de narrativa transmídia no jornalismo diário

-Hipótese 4 – “Subjetividade” –todas as manchetes que apresentem outros recursos, tal como vídeos, uso do IGTV, redirecionamento para outros canais da *BBC News Brasil*. O emprego de novos formatos de notícia factual diária no jornalismo digital pode auxiliar a verificar se as notícias apresentam diferentes pontos de vista a partir do uso da narrativa transmídia.

-Hipótese 5 – “Espalhamento” – todas as manchetes que obtiveram mais de 100 *retweets*. Quando a matéria é “retuitada” ela passa a funcionar como um tipo de sistema de recomendação, o leitor a compartilha.

As Tabelas 3e 4 apresentam a categorização dos dados de acordo com as hipóteses da pesquisa e as categorias de análise. A Tabela 3, que apresenta a distribuição de Número de Manchetes M1 (14h) e M2 (20h) que atendem a uma das Hipóteses de pesquisa e a Tabela 4, que apresenta a distribuição de Manchetes M1 (14h) e M2 (20h) por Hipótese de pesquisa. Para facilitar a análise, as Tabelas encontram-se

inseridas no item 3.3, que integra o conjunto das discussões baseadas nos dados empíricos.

3.2 A *BBC News Brasil*: projeto editorial e configuração como conglomerado de mídia

A *BBC News Brasil* está vinculada a *BBC News*, subsidiária da empresa inglesa *BBC –British Broadcasting Corporation*, fundada em 1922, em Londres. *BBC Weather* e *BBC Studios*, *BBC Radio*, *BBC Music*, *BBC Films*, *BBC Worldwide*, *BBC Records*, são algumas das outras subsidiárias da *BBC*, formando um dos mais tradicionais e importantes conglomerados de mídia.

De acordo com relatório que pretende estabelecer bases para o futuro da *BBC*, realizado pelo *Department for Culture Media & Sport* (2016): “A *BBC* é uma das instituições mais valorizadas do país. O Royal Charter, a base constitucional da *BBC*, garante a independência da *BBC* e fornece a estrutura de como a *BBC* é governada e financiada (DEPARTMENT FOR CULTURE MEDIA & SPORT, 2016, p.9)⁸.

Hajkowski (2012) estudou a primeira era da *BBC*, 1922 a 1953, marcada pelo advento do rádio, da transmissão de notícias em larga escala e da contribuição para o fortalecimento de uma identidade nacional.

O estudo enfatiza os papéis político e econômico da emissora no período que foi de sua fundação (1922) até a coroação da Rainha Elizabeth III, época em que a *BBC* se empenhou em promover a imagem da Grã-Bretanha como uma grande potência mundial, produzindo programas que projetassem uma imagem positiva do império britânico, que incentivaria os cidadãos a se identificarem com ela como uma força dinâmica e poderosa (HAJKOWSKI, 2012, *online*).

A *BBC*, entretanto, não se restringiu ao âmbito da Grã-Bretanha, expandindo-se por todo o mundo como uma confiável produtora/divulgadora de notícias e de documentários, séries, filmes, programas musicais e todo uma série de produtos culturais que iriam espalhar pelo mundo essa mesma imagem de grande potência.

O criador da *BBC*, John Reith, era um grande defensor da monarquia e, em 1932 criou o *Empire Service* para transmitir em todo o território britânico e outras

⁸ No original: “The *BBC* is one of this nation’s most treasured institutions. The Royal Charter, the constitutional basis of the *BBC*, guarantees the *BBC*’s independence and provides the framework for how the *BBC* is governed and funded” (DEPARTMENT FOR CULTURE MEDIA & SPORT, 2016, p.9).

"possessões" o que ajudou a fortalecer o império britânico, num contexto em que quase metade das casas na Grã-Bretanha possuíam aparelhos de rádio (HAIJKOWSKI, 2012, *online*).

Com o início da Segunda Guerra Mundial, em 1939, a *BBC* consolidou-se como uma das mais importantes fontes de notícias, oferecendo, também, entretenimento nos tempos difíceis, ajudando a elevar a moral de tropas e cidadãos comuns (HAIJKOWSKI, 2012, *online*).

O autor, ainda, destaca que muitos dos programas criados à época eram educativos, buscando inculcar desde cedo essa imagem em seus habitantes, e, John Reith, muitas vezes formatava esses programas educativos na forma de entretenimento, o que muitas vezes recebia críticas (HAIJKOWSKI, 2012, *online*).

Talvez, esse modo de ir transitando de um gênero a outro, do informativo ao educativo, do educativo ao entretenimento, por exemplo, possa ter contribuído para o caráter transmidiático que a emissora assumiu na contemporaneidade.

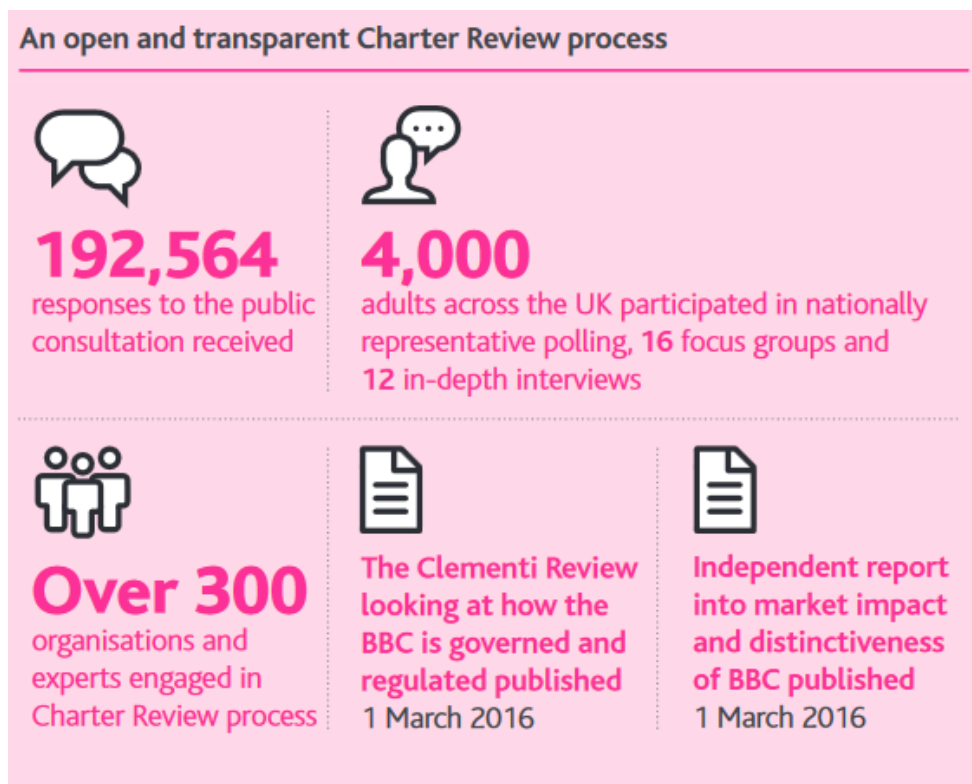
Com a mudança nos hábitos de consumo de mídia, a adoção de serviços disponibilizados *BBC* na internet, como o *iPlayer*, e a necessidade de revisão da *BBCRoyal Charter*, o documento que rege a estrutura da *BBC*, em 2016, o cenário vem se alterando. *ABBCRoyalCharter* é a base constitucional da emissora, que estabelece os propósitos da emissora e garante a sua independência (DEPARTMENT FOR CULTURE MEDIA & SPORT, 2016, p. 8). A *BBC* inicialmente era uma empresa, mas depois se transformou numa corporação, e não é estatal ou controlada pelo Estado, nesse sentido, o governo não paga por isso e não tem controle editorial sobre o conteúdo (DEPARTMENT FOR CULTURE MEDIA & SPORT, 2016, p11).

A primeira *BBCRoyal Charter* durou 10 anos (1927 a 1937) e reconheceu a *BBC* como um instrumento de educação e entretenimento e cartas subsequentes expandiram essa missão para incluir a disseminação de informações (*BBC*, 2017, *ONLINE* –

De acordo com a *BBC*, A oitava *Royal Charter* (de 2007) encarregou a *BBC* de “entregar a tecnologia mais recente ao público e de assumir um papel de liderança na transição para a televisão digital (*BBC*, 2017, *online*).

Para a elaboração da atual *Royal Charter*, substituindo a que expirou em 2017, foi feito um amplo estudo e consultados vários segmentos da sociedade e realizados diversos estudos (Figura 1).

Figura 1 – Gráfico do processo de revisão da *Royal Charter* - 2016

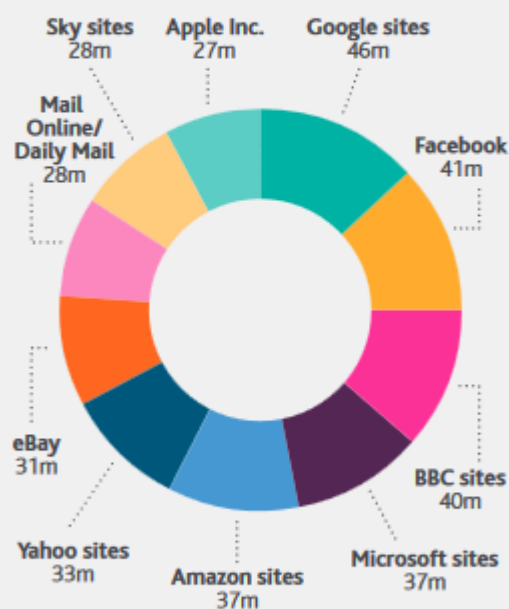


Fonte: Department for Culture Media & Sport(2016, p.8).

Entre tais estudos, destaca-se o que aponta a *BBC* como o terceiro mais popular serviço *online* em 2015 no Reino Unido, atrás apenas do *Facebook* e do *Google*, indicando a sua preocupação com a presença na internet (Figura 2):

Figura 2 – Gráfico que mostra ser a *BBC* o terceiro mais popular serviço *online* em 2015

Box 7. The BBC is the third most popular online service
(top ten most popular internet websites visited on a property level, March 2015)⁴⁴

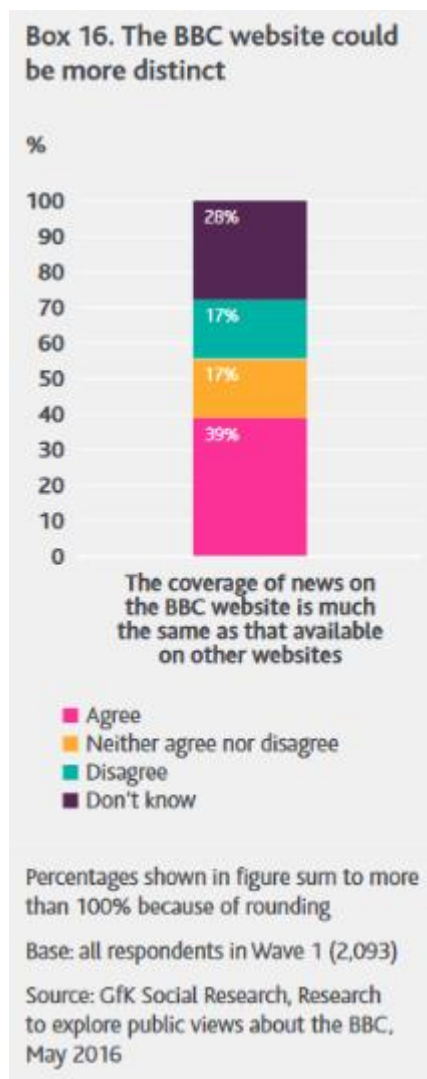


Source: Ofcom, The Communications Market Report 2015, based on comScore MMX-MP, UK, March 2015

Fonte: Department for Culture Media & sport(2016, p. 25).

Outro estudo apontado no documento do *Department for Culture Media & Sport*(2016) diz respeito ao *website* da *BBC*, que é considerado muito próximo de outros *websites* de notícias, demandando, portanto, um maior investimento de recursos, esforços e inovações que lhe confirmam maior distinção (Figura 3). Como o *website* da *BBC News Brasil*, objeto de análise desta pesquisa, foi analisado em 2019, é provável que ele já contenha algumas das mudanças propostas na nova *Royal Charter*, de 2017.

Figura 3– Avaliação do *website* da *BBC* em 2016



Fonte: Department for Culture Media & Sport(2016, p. 36).

É importante verificar que a ideia geral da nova *Royal Charter* emanar a independência e as formas de regulação e fiscalização da *BBC*⁹.

Sobre a *BBC News*, Belair-Gagnon (2015) aponta para a intensificação da necessidade de ampliar o uso das redes sociais em sua produção noticiosa: “Embora as mídias sociais tenham permitido novas formas de reportagem e uma dependência

⁹ O modelo de licenciamento que custeava a BBC implica no pagamento de uma taxa de utilização de serviços de televisão (a TV a cores paga mais do que a TV preto e branco), rádio e internet. Belair-Gagnon (2015), melhor explica essa forma de pagamento pelos usuários domésticos: “The BBC licence fee model of financing involves the licence fee, a mandatory tax paid by all households who watch or record television in the UK. The colour licence is £145.50 (since 1 April 2009) and the black and white licence is £49 per household. Per month, the fees for a colour licence are divided as follow: £7.96 for TV, £2.11 for radio, £0.66 for online, and £1.40 for othercosts such as investment in new technologies, running costs, digital, and collecting the licence fee (p. 7, nota1).

dematerial gerado pelo usuário na produção de notícias, jornalistas da *BBC* continuam preocupados com a forma como as mídias sociais afetam seu trabalho diário” (p. 3)¹⁰.

A autora destaca que após o atentado de 11 de setembro de 2001, em que terroristas sequestraram quatro aviões nos Estados Unidos (dois lançados contra cada uma das “Torres Gêmeas” do *World Trade Center*, um sobre o Pentágono e, o quarto avião, teoricamente na direção da capital do país, caiu após, supostamente, tripulantes terem tentado retomar o controle do avião), o trabalho com as redes sociais vem assumindo uma importância cada vez maior no âmbito do jornalismo com o número de dados de terceiros (internautas) recebidos se ampliando muito (Belair-Gagnon (2015)).

Buscando melhor compreender como as redes sociais transformaram as práticas e as relações dos jornalistas da *BBC* com as suas audiências, em especial em momentos de crise (*crisis reporting*), Belair-Gagnon (2015) analisa o uso das redes sociais em conjunção com os contextos em que são empregadas e a necessidade de desenvolvimento de novas práticas jornalísticas para o seu emprego, o que, segundo a autora, é um projeto de larga escala dentro da *BBC News*, focando, ainda, na utilização de uma “nova lógica” em suas redações.

A história da expansão da *BBC* pelo mundo, bem como a sua chegada ao Brasil, pode ser sumarizada no seguinte excerto:

As origens da *BBC* Brasil foram o resultado de uma série de novas atitudes adotadas, no final da década de 30, pela tradicional empresa de comunicação britânica devido à iminência de uma nova guerra mundial. Na época, a *BBC*, fundada em 1926, vivia uma fase de intenso crescimento. Tinha quase 5 mil funcionários, contra menos de 800, 12 anos antes. Detentora do monopólio do rádio na Grã-Bretanha, a rede era ouvida pela maior parte da população do país. Mas nos anos 30 a *BBC* observou a necessidade de expandir seus serviços para fora das fronteiras britânicas. Inicialmente, essa expansão deu-se, a partir de 1932, para os países que faziam ou haviam feito parte do Império Britânico. Foi o ano da criação do Serviço do Império, mais tarde chamado de Serviço Mundial, do qual a *BBC* Brasil faz parte. Anos depois a expansão alcançou outras regiões do planeta. A partir de janeiro de 1938 foram criados vários serviços em línguas estrangeiras, começando pelo árabe (*BBC*, 2011, *online*).

A *BBC News Brasil* deriva, portanto, da fundação da *BBC* Brasil, em 1938, quando o apresentador Manuel Braune, transmitiu pelo rádio de ondas curtas a notícia de que Hitler havia invadido Viena (*BBC*, 2011) e segue funcionando como provedora de notícias (em língua portuguesa), na América Latina e no Brasil, como esclarece o *site* da própria emissora:

¹⁰ No original: “Although social media have allowed new forms of reporting and a stronger reliance on user-generated material in news production, BBC journalists continue to be concerned with how social media affect their daily work” (p. 3).

O início do serviço de notícias em português, em 14 de março de 1938, foi marcado por uma notícia que mostrava o caminho que o mundo percorria na época em direção ao que seria a Segunda Guerra Mundial.

"O senhor Hitler entrou hoje à noite em Viena", disse o apresentador Manuel Braune, o Aimberê, inaugurando o noticiário da BBC para o Brasil, transmitido na época apenas no rádio, em ondas curtas. Ao ser criado, o serviço da BBC em português era apenas uma pequena parte da equipe de meia dúzia de jornalistas responsáveis pelos programas enviados para toda a América Latina. O restante da equipe produzia notícias em espanhol. Atualmente, a BBC Brasil tem cerca de 30 funcionários, sendo eles 25 jornalistas, divididos entre sua sede, em Londres, um escritório em São Paulo e correspondentes em Brasília e Washington (EUA). Nossa operação conta ainda com colaboradores em várias cidades do mundo, como Beirute, Buenos Aires, Caracas, Nova York, Lisboa, Madri, Paris, Bruxelas, Roma, Tel Aviv e Hong Kong. A produção jornalística da BBC Brasil é hoje concentrada no site bbcbrasil.com, mas inclui também boletins de notícias transmitidos pelas rádios CBN e Globo e vídeos veiculados na TV pela Band. Os vídeos e boletins de áudio também podem ser vistos e ouvidos no nosso site (BBC, 2011, *online*).

A *BBC News Brasil* segue a linha editorial da *BBC*, mantendo a sua independência com relação a interesses de governos ou grupos, tanto que:

[...] consolidou-se como uma fonte de informações para países que viviam sob regimes ditatoriais, seja no mundo comunista, seja na América Latina dos governos militares de direita. O Brasil não foi exceção. Entre 1964 e 1985, a BBC recebeu vários protestos do governo brasileiro por enviar notícias que contrariavam os interesses da ditadura em vigor (BBC, 2011, *online*).

Na avaliação que se encontra no próprio site da *BBC News Brasil*, a sucursal brasileira tem grande importância estratégica:

Nos últimos anos, a seção brasileira tem estado na vanguarda dos esforços do Serviço Mundial da BBC com vistas à integração de seu noticiário aos tempos da globalização e da comunicação digital. A presença da BBC Brasil na internet começou em 1999, tendo desde então um crescimento contínuo. Além do seu próprio site, o conteúdo jornalístico da BBC Brasil aparece em vários sites parceiros, entre eles os principais portais e sites de notícias do país. Nos últimos anos, a BBC Brasil tem desenvolvido uma operação multimídia, em que o conteúdo de suas reportagens atinge o público brasileiro por meio de texto, áudio e vídeo (BBC, 2011, *online*).

A *BBC News Brasil* mantém um *website* e contas nas redes sociais: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *YouTube*, *Telegram*, *Flipboard* e, ainda, um serviço de RSS¹¹, que pode ser assinado gratuitamente para o recebimento de notícias.

¹¹ RSS – “Rich Site Summary ou Really Simple Syndication, ou seja, uma forma simplificada de apresentar o conteúdo de um site. Um documento **RSS** é feito na linguagem XML e geralmente exibe o

É interessante, também acrescentar que os parceiros da *BBC News Brasil*, listados em seu *website* são: internet – *G1*, *Época Negócios*, *Folha Online*, *Flipboard*, *MSN Brasil*, *R7*, *UOL*, *Terra*, *YouTube*, *Sapo* (Cabo Verde), *Sapo* (Angola) e *Sapo* (Moçambique); notícias por celular – *Nuvem do Jornaleiro* e *Nuvem de Livros*; mídia OOK (telões) – *Elemídia* e *Wide*; rádio – *CBN*; vídeos em taxi – *InTaxiMedia*. Tais parcerias ajudam a caracterizar o perfil transmidiático da *BBC News Brasil*, produzindo conteúdo para diferentes plataformas.

3.2.1 Características do *website* da *BBC News Brasil*

O *website* da *BBC News Brasil* (<https://www.bbc.com/portuguese>) possui uma editora de redação, a brasileira Sílvia Salek (jornalista pela UFRJ e mestre pelo *Birkbeck College* de Londres) dois editores-chefes, um sediado no Brasil e outro em Londres, sete editores, 21 profissionais na redação, uma gerente de negócios e correspondentes em Washington, Brasília e Rio de Janeiro.

A equipe cobre as editorias: Notícias, Brasil, Internacional, Economia, Saúde, Ciência, Tecnologia, além de manter *links* diretos em seu menu principal (Figura 4) para “Aprenda Inglês” (vídeos com conteúdo em inglês e estrutura complementar para auto aprendizado), #SalaSocial, (que apresenta temas que viralizam ou *hashtags* de destaque nas redes sociais), Galeria de Fotos e “Mais” (que abre para uma série de vídeos selecionados).

Figura 4– *Print* do menu principal do *website* da *BBC News Brasil*



Fonte: *BBC News Brasil* (2019).

A primeira página apresenta ainda “Destaques e Análises”, quatro manchetes acompanhadas de fotos à direita da tela, seguidas pelas matérias “Mais Lidas” (em geral dez) e um box com as redes sociais da *BBC News Brasil* (Figura 5):

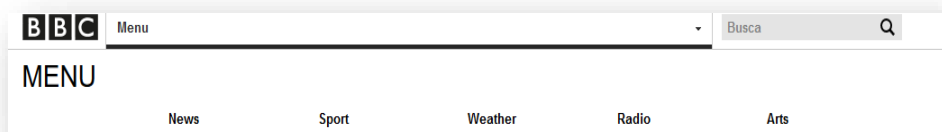
Figura 5– *Print* do box de acesso às redes sociais da *BBC News Brasil*



Fonte: *BBC News Brasil* (2019).

O website conta ainda com um menu em inglês (Figura 6), dividido entre as editorias: *News*, *Sport*, *Weather*, *Radio* e *Arts*.

Figura 6– *Print* do menu em inglês do website da *BBC News Brasil*



Fonte: *BBC News Brasil* (2019).

A configuração do *website* já aponta para um caráter transmidiático, reunido texto, imagem (fotografias e vídeos) e som (radio). A página de abertura do *website* (Figura 7), contém os principais menus, em português e o menu da *BBC* em inglês. No

menu em português o “botão” para #SalaSocial, que, parece, dedicar-se aos principais assuntos das redes sociais, daí o título da editoria ser grafado como uma *hashtag*. Mas não foi possível encontrar nenhuma explicação da *BBC News Brasil* acerca desta editoria.

Narrativas multimídiaicas são encontradas na forma de texto, fotografia, “Galeria de Fotos”, vídeos, a partir do “botão” “Mais” e nos vídeos que acompanham grande parte das matérias.

Figura 7 – Página de abertura do *website* da *BBC News Brasil*



Fonte: *BBC News Brasil* (15/08/2019).

A preocupação com a utilização de diferentes plataformas e de uma narrativa transmídia aparece também no final de cada matéria, que segue acompanhada de um *box* contendo a frase: “Já assistiu a nossos vídeos no YouTube? Inscreva-se no nosso canal” e *links* para “Tópicos Relacionados”, outras sessões da *BBC News Brasil* e suas redes sociais (Figura 8).

Figura 8–*Box* apresentado ao final de cada matéria da *BBC News Brasil*

Já assistiu aos nossos novos vídeos no YouTube? Inscreva-se no nosso canal!

Tópicos relacionados

Meio Ambiente

Boa notícia

Twitter

Facebook

Poluição

Instagram

Mídia social

Compartilhar Sobre compartilhar



▲ Voltar ao topo

Fonte: *BBC News Brasil* (15/08/2019).

Aparecem, ainda, as principais formas de compartilhar o conteúdo pelo internauta: *e-mail*, *Facebook*, *Messenger*, *Twitter* e *Linkedin*. O *Instagram* não aparece como plataforma de compartilhamento. O *website* não apresenta espaço para comentários e a participação do público vai sendo, ainda que indiretamente, direcionada para as redes sociais.

3.2.2 Características da página do *Twitter* da *BBC News Brasil*

O *Twitter*, tal como discutido no capítulo 2, foi criado em 2006 por Jack Dorsay, Evan Williams, Biz Stone e Noah Glass, inicialmente para organizar a comunicação de uma companhia de taxis estadunidense. Com 330 milhões de usuários ativos em todo o mundo (STATISTA, 2019), o *Twitter*, apresenta como principal característica a utilização de poucos caracteres em suas mensagens de texto: 140 inicialmente e, atualmente, até 280 caracteres.

Como o foco inicial do *Twitter* passou de: “O que você está fazendo” para “O que está acontecendo”, a plataforma passou a se diferenciar das demais redes sociais por sua capacidade de divulgadora de notícias. Recuero (2014), esclarece que:

Para produzir um tweet é necessário ter uma conta no Twitter e estar utilizando o sistema. A publicação é realizada sob um nome de usuário ao qual fica conectada. Os tweets podem conter hashtags¹¹; menções (citações a outros usuários utilizando-se o sinal “@”)¹²; e retweets (replicação de uma mensagem de outro usuário, normalmente antecedida por um “RT”) (p. 296).

A autora afirma ainda que:

O Twitter, foco deste trabalho, já teve suas características defendidas como aquelas de site de rede social (Recuero e Zago, 2009). Ele é uma ferramenta que permite a seus usuários publicar pequenos textos, de 140 caracteres (no máximo), para outros usuários (os “seguidores”), bem como receber os textos de outros (os “seguidos”). Por conta dessa possibilidade de constituir redes de audiência em rede e da possibilidade de construção de perfil individualizado, tem elementos de sites de rede social. Embora o foco inicial da ferramenta estivesse na publicação de mensagens sobre o cotidiano (Zago, 2008), as apropriações da ferramenta há muito já superaram essas características. Seu uso conversacional no viés síncrono, por exemplo, já foi estudado por diversos autores (Boyd, Golder e Lotan, 2010; Honeycutt e Herring, 2009 entre outros) (p. 292).

É possível perceber que, embora o Twitter apresente características de rede social também se constitui em criador de redes de audiência, atraindo, portanto, a atenção de empresas de notícias.

Damasceno (2018), ressalta que: “A convergência jornalística é um fenômeno que impacta a produção de notícias em suas variadas dimensões (p. 11), fato que levou a autora a discutir o *design* de notícias a partir de algumas características centrais: utilização de equipes multidisciplinares e com expertises diferentes, atuação multiplataforma e utilização das diferentes dinâmicas de redes sociais. O aproveitamento de tal dinâmica, em especial a capacidade de *retweet* (RT) já havia sido examinado por Boyd, Golden e Lotan (2010), quando afirmavam que:

Notícias de última hora tendem a ser retweetadas na forma de links para artigos em fontes de mídia. No entanto, links de vários tipos são enviados, incluindo material que é de interesse duradouro para amigos ou topicamente relevante para os interessados em um determinado tópico. Uma interpretação do valor do Twitter deriva da natureza em tempo real das conversas que ele suporta. Sua funcionalidade de pesquisa e “tópicos de tendências” captura conversas públicas em tempo real de toda a sua população de usuários, e essa temporalidade levou o Google a gastar mais esforço considerando a “pesquisa em tempo real”. Isso pode influenciar o que alguns usuários escolhem para retuitar (*online*) (Tradução própria)¹².

¹² No original: “Breaking news tends to be retweeted in the form of links to articles in media sources. However, links of many kinds are sent, including material that is of enduring interest to friends or topically relevant to those interested in a particular topic. One interpretation of Twitter’s value derives from the real-time nature of the conversations it supports. Its search and “trending topics” functionality captures public conversations in real time from its entire user population, and this temporality has moved Google to spend more effort considering “real time search” [15]. This may influence what some users choose to retweet (BOYD, GOLDEN e LOTAN, 2010, *online*).

Tais características do *Twitter* vêm levando a rede social a ser considerada uma das mais importantes para os veículos noticiosos, quer por sua instantaneidade, a capacidade de gerar *retweet*, o uso de *hashtags* e os *Trend Topics* (listagem de tópicos mais discutidos num determinado momento por região ou no mundo), como ressaltam Zago (2009), Boyd, Golden e Lotan (2010), Recuero (2014), França (2015). Zago (2009) descreveu as formas como o *Twitter* vem sendo utilizado no cenário jornalístico:

Embora não prevista inicialmente, a utilização do Twitter como ferramenta para o jornalismo tem aos poucos se consolidado em decorrência da versatilidade de seu sistema de publicação, em parte resultante de sua limitação de tamanho a cada atualização e do caráter de rede social da ferramenta, o que a torna propícia para a circulação de informações. Cada vez mais tem crescido a utilização do Twitter para finalidades voltadas ao jornalismo, como na cobertura de acontecimentos ou eventos, ou na divulgação de últimas notícias (cf. SILVA, 2009; ZAGO, 2009). Essas utilizações costumam ser feitas não só pelas organizações jornalísticas, como também por usuários para filtrar e comentar acontecimentos. Os usuários podem usar a ferramenta tanto para reportar algo que estejam presenciando como para repassar ou comentar informações recebidas de outras fontes. Ao repassar essas informações, eles estariam atuando como um filtro, contribuindo para a circulação do acontecimento. Este tipo de utilização do Twitter ganha relevância na medida em que o caráter de rede social da ferramenta possibilita que atualizações sejam enviadas para um grande número de seguidores – e até mesmo possam ser repassadas por esses a seus próprios seguidores, por estratégias variadas, como os *retweets* –, fazendo com que essas pequenas notícias possam ser difundidas para um número elevado de usuários. Assim, no Twitter, acontecimentos jornalísticos costumam circular pela ferramenta de forma bastante rápida pelos comentários e mensagens direcionados a outros usuários por *retweets*. Um acontecimento pode ser recuperado de diversas formas no Twitter, como na busca por determinada palavra-chave, por *hashtags*, ou ainda por uma observação da *PublicTimeline* do Twitter (espaço em que são exibidas as últimas atualizações em tempo real dos usuários da ferramenta). Muitos são os exemplos de acontecimentos que emergiram primeiro no Twitter, passaram pelo processo de produção jornalística e, posteriormente, voltaram a ser discutidos no Twitter na forma de uma circulação jornalística. Com isso, discute-se se o Twitter constituiria uma espécie de potencialização da circulação jornalística, pois possui elementos e fatores que facilitam esse processo (como no caso de *replies* e *retweets*), potencializando o alcance da discussão sobre determinado acontecimento para além dos canais tradicionais de distribuição de informações jornalísticas. (p. 254-256).

A conta da *BBC News Brasil no Twitter* (@bbcbrasil) foi criada em fevereiro de 2007, contando, atualmente, com 2,22 milhões de seguidores, seguindo 883 contas e um total de 192 mil *tweets*, o que indica a média diária estimada de 42 *tweets* (Figura 9).

Figura 9 – *Print* da tela de abertura da conta do *Twitter* da *BBC News Brasil*



Fonte: @bbcbrasil (18/07/2019).

A conta da *BBC News Brasil* possui arquivados 121 mil fotos e vídeos (Figura 10) o que indica uma forte preocupação em oferecer, além de texto, outros tipos de dados para o leitor. As fotos e os vídeos da conta da *BBC News* no *Twitter* são distribuídos em suas outras plataformas, tais como o *Instagram* e o *website*.

Figura 10 – Print da Conta do *Twitter* da *BBC News Brasil* – Fotos e Vídeos



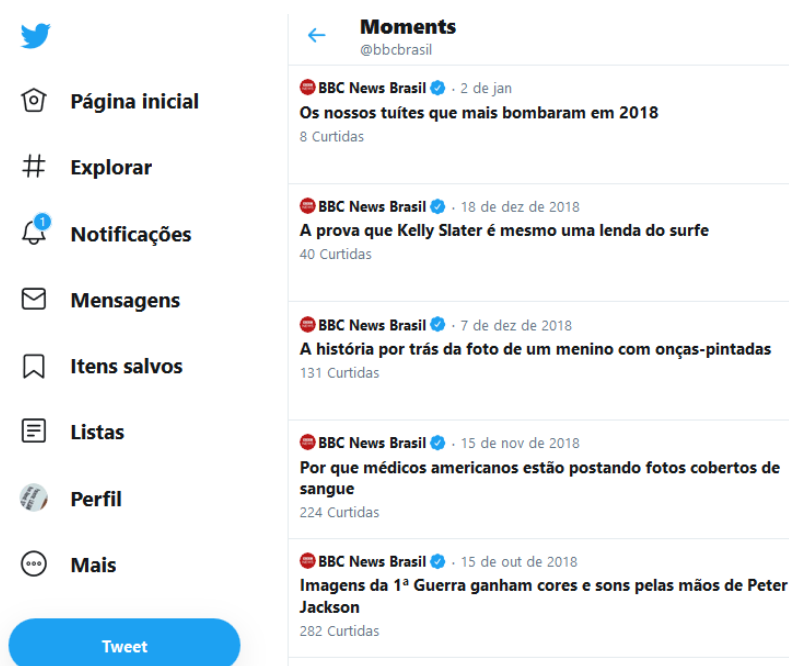
Fonte: @bbcbrasil (18/07/2019).

Além dos *tweets* na forma tradicional, a conta utiliza o recurso *Moments* (Figura 11):

Os Moments mostram histórias organizadas com o melhor do que está acontecendo no *Twitter*. Nosso guia do Moments é personalizado para mostrar os assuntos atuais que são populares ou relevantes, para que você

possa descobrir o que está acontecendo no *Twitter* em um instante (TWITTER, 2019, *online*).

Figura 11 –*Print da Conta do Twitter da BBC News Brasil - Moments*



Fonte: @bbcbrasil (18/07/2019).

Um destes *Moments* destaca “os *tweets* que mais bombaram em 2018”, entre eles:

-“Acervos da 1ª Guerra guardados no Museu Imperial da Guerra, em Londres, ganharam cor e som graças ao trabalho do premiado cineasta neozelandês Peter Jackson, da trilogia *Senhor dos Anéis*” (10,4 mil curtidas, 124 comentários e 4,3 mil *retweets*) (15/10/2018);

-“Ele soa como nós!: ex-líder da KluxKluxKlan elogia Bolsonaro, mas critica proximidade com Israel”(5 mil curtidas, 506 comentários e 3,3 mil *retweets*)(16/10/2018);

-“Quem teve uma formação gratuita tem que devolver para a sociedade. Alguma retribuição tem que voltar. A USP não tem que preparar alguém para fazer cirurgia plástica nos Jardins”, diz @drauzioarella em Oxford [#BRForum18](#)(9,1 mil curtidas, 291 comentários e 3,1 mil *retweets*)(06/05/2018);

Este último *tweet* destacado nos *Moments* apresenta dois recursos disponibilizados pelo *Twitter* e que a conta da *BBC News no Brasil*:

-o recurso de mencionar alguém, alguma conta, a exemplo do [@drauziovarella](#), que permite que o internauta possa ir buscar mais informações na conta do Dr. Draúzio Varella, recurso que também pode ajudar na apuração da veracidade da notícia, uma vez que o mencionado recebe a postagem e, ainda,

- o uso das *hashtags*, que, como já foi discutido, funcionam como marcadores que permitem encontrar os assuntos destacados, no caso, a *hashtag* [#BRForum18](#) reúne as discussões sobre o Brazil Forum realizado nos dias 5 e 6 de maio na *The London School of Economics and Political Science* - LSE e na *University of Oxford* em 2018 e que discutiu os “30 anos da Constituição Federal de 1988”.

O uso de *hashtags* e a possibilidade de “marcar pessoas” são recursos disponibilizados pelo *Twitter* no que diz respeito ao compartilhamento de mensagens e *retweets*.

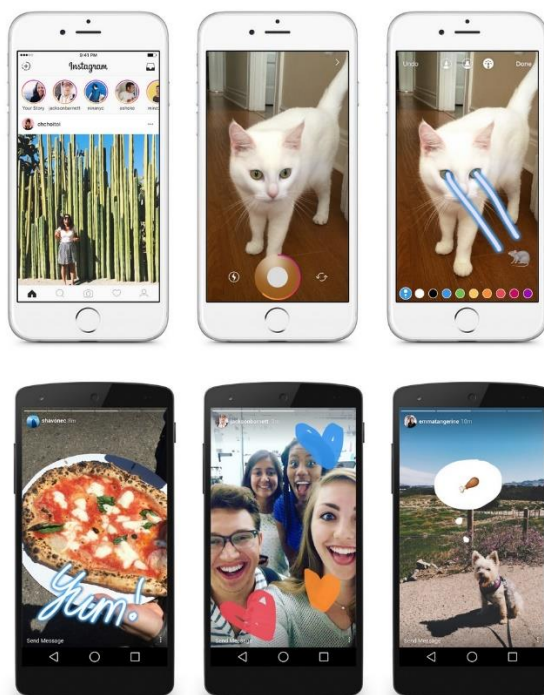
3.2.3 Características da página do *Instagram* da *BBC News Brasil*

Fundado em outubro de 2010 por Kevin Systrom e Mike Krieger¹³, o *Instagram* é uma rede social *online* de compartilhamento de fotos e vídeos, que permite aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de redes sociais, como o *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr* e *Flickr*, por exemplo, (INSTAGRAM, 2019). Inicialmente era voltada apenas para *smartphones* e *tablets* que utilizavam sistema operacional iOS, da Apple.

Em 2011 foi eleito o Aplicativo do ano para iPhone pela *Apple Store* e em abril de 2012 foi adquirido pelo Facebook, por mais de 1 bilhão de dólares, mais alto valor até então já pago por um sistema/aplicativo voltado para dispositivos móveis (SILVA JR, 2012, p. 2). Atualmente apresenta mais de 1 bilhão de usuários ativos por mês e mais de 500 milhões de publicações diárias (INSTAGRAM, 2019). Os *Stories* (Figura 12), lançados em agosto de 2016, tem sido utilizado em práticas jornalísticas e permitem que os usuários enviem vídeo ou foto de 10 segundos para serem veiculados por 24 horas, permitindo flexibilizar o tipo de postagem, uma vez que nem tudo ficará armazenado no perfil (INSTAGRAM, 2019).

¹³ Segundo Arruda (2011, p. 25): “Inventado por um brasileiro que saiu de São Paulo para estudar em Stanford, na Califórnia, o Instagram é, hoje, um dos aplicativos mais baixados pelas Apple Stores do mundo todo. Para quem ainda não sabe, é um aplicativo gratuito para iPhone, através do qual é possível fotografar, filtrar, dando uma cara “vintage”, e postar imagens através dele mesmo, tanto na sua própria “timeline” visualizável em iPhones, como também em várias redes sociais como o Facebook e Twitter... O Instagram acaba sendo mais que isso, se tornando uma rede social”.

Figura 12 – Imagem dos *Stories* num *smartphone*



Fonte: Instagram (2019).

O IGTV (*Instagram Television*) mereceu uma estratégia especial de lançamento e permite a veiculação de vídeos mais longos aproximando-se o formato de matérias típicas do telejornalismo (Figura 13).

Figura 13 – Lançamento do IGTV



Fonte: Instagram (2019).

Silva Jr. (2012) enfatiza que, com o *Instagram*:

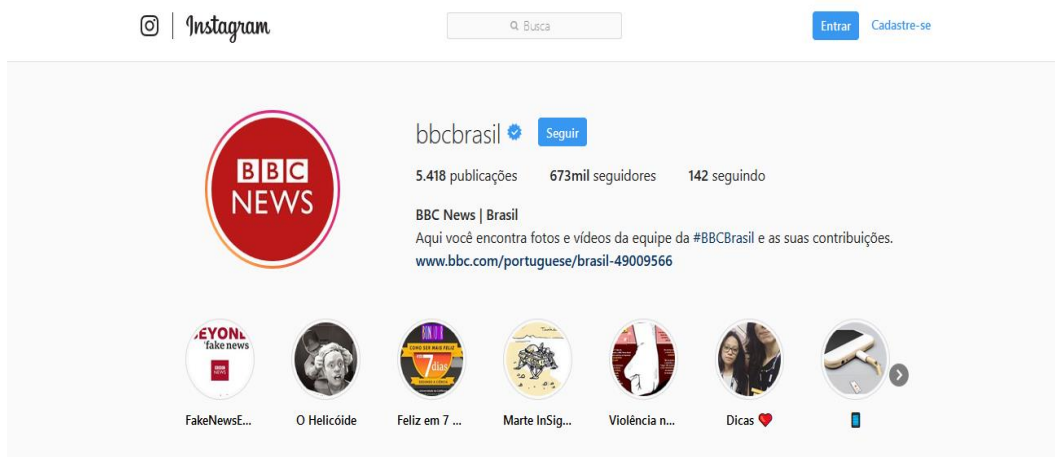
O que ocorreu foi um choque entre engenhos de produção antagônicos. De um lado, o “nós fazemos o resto”, do outro, o “faça você mesmo”, a refuncionalização, a apropriação de ferramentas que dá a tônica da sociedade da informação. De um lado, uma concepção de fotografia a ser distribuída e produzida a partir de polos industriais e institucionais (os jornais, as revistas, os museus, galerias, etc.). Do outro, a pulsão da imagem que circula em redes, que autentica através de sua onipresença seus hiperatributos digitais (p. 3).

O *Instagram* surge revolucionando o modo de compartilhamento de imagens e tal característica vai ser apropriada por parte das empresas jornalísticas. Para Silva (2012), discutindo as principais características do *Instagram*,

[...] este aplicativo consolida a demanda narrativa e de visibilidade do sujeito contemporâneo. Por esta e outras razões mobiliza milhões de pessoas, confrontando o modelo convencional de se fotografar mesmo na era digital e otimizando o processo de edição das imagens. Na era analógica contava-se com a câmera, laboratório de revelação e revelação em papel fotográfico. Posteriormente a câmera passou a transformar a foto em um arquivo digital, possuindo para isso recursos automáticos em si mesma para alteração da imagem ou mesmo processos de tratamento em programas de computador (p. 4).

A versatilidade do *Instagram* é incorporada pelas principais empresas jornalísticas, a exemplo da própria *BBC News Brasil*. A conta da *BBC News Brasil* (Figura 14) tem 672 mil seguidores, segue 142 contas e apresenta 5.418 publicações. São postados entre três e cinco vídeos (ou fotos) por dia. A página apresenta ainda *Stories* e o *IGTV*, com matérias de destaque e especiais.

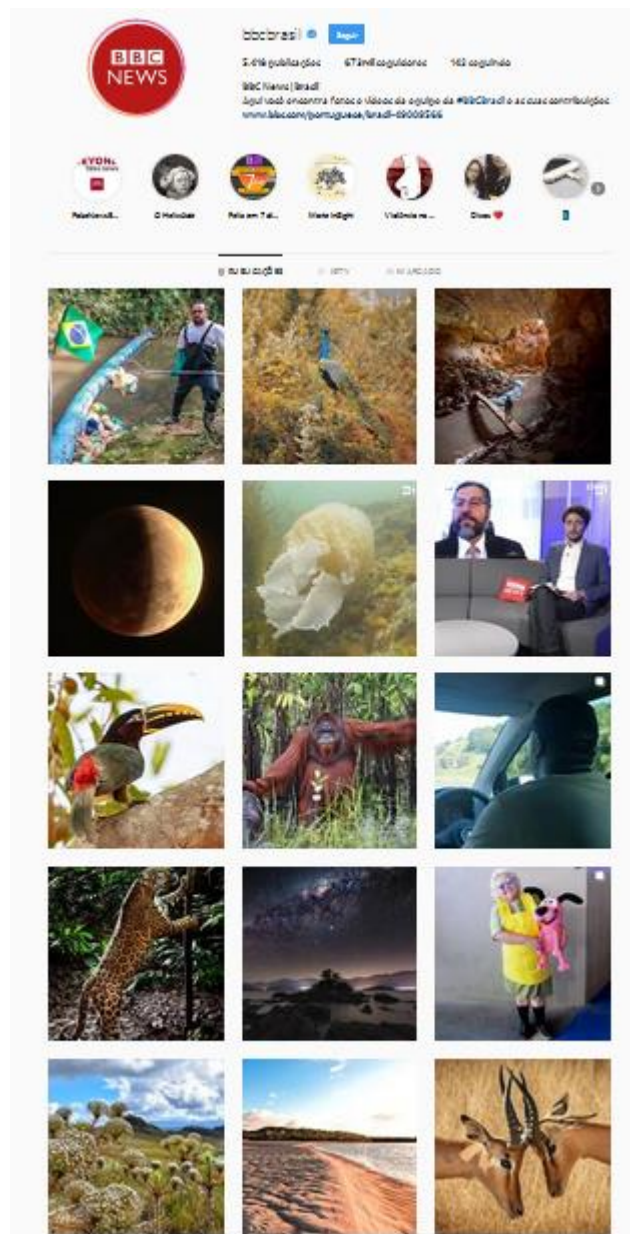
Figura 14— *Print* da tela de abertura da conta do *Instagram* da *BBC News Brasil*



Fonte: *Instagram@bbcbrasil* (18/07/2019).

É interessante notar que a conta no *Instagram* privilegia temas como natureza, turismo, paisagens, vida animal (Figura 15), embora não deixe de publicar outros temas.

Figura 15– *Print* da segunda tela de abertura da conta do *Instagram* da *BBC News Brasil*



Fonte: *Instagram* @bbcbrasil (18/07/2019).

Observa-se o engajamento do leitor com a página a partir do número de curtidas e comentários como é possível verificar na seguinte publicação (Figura 16):

Figura 16– *Print*de postagem na conta do *Instagram* da *BBC News Brasil*



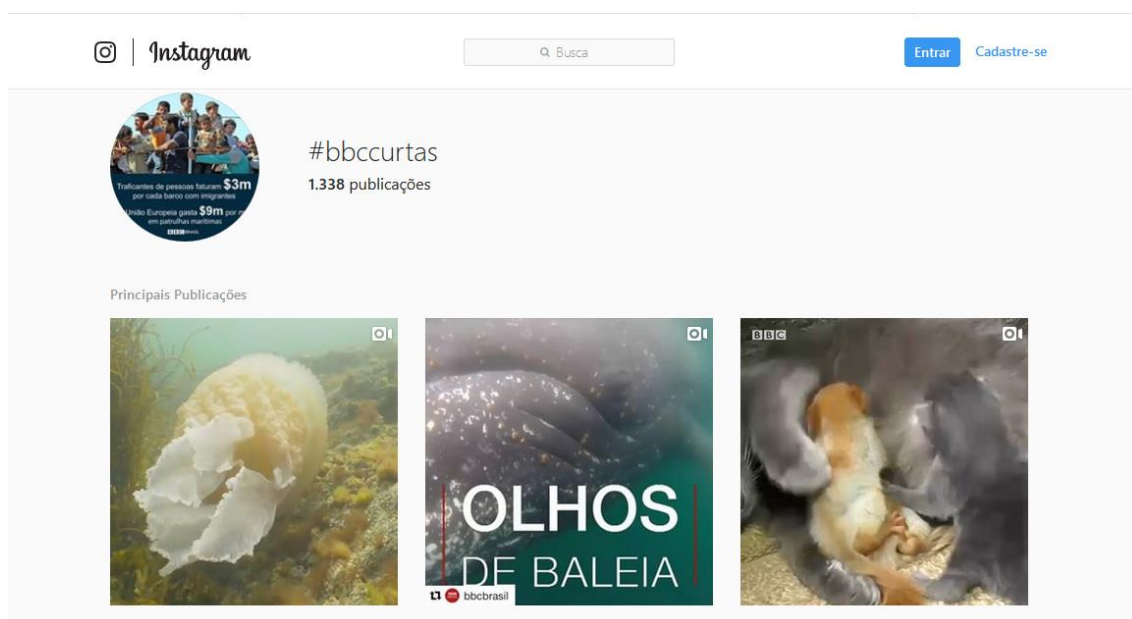
Fonte: *Instagram* @bbcbrasil (18/07/2019).

Com a manchete: “GIGANTE 😊 Olha o tamanho dessa água-viva que foi encontrada por mergulhadores na costa do Reino Unido. GBA bióloga Lizzie Daly disse que a criatura era maior que ela. [#BBCBrasil#natureza#nature](#)”, o *post* obteve 17.782 visualizações e 51 comentários.

As *hashtags* comprovam o interesse por temas ligados à natureza - #natureza, #nature – e indexam tanto o #BBCBrasil quanto a #BBCCurtas, página da *BBC* que reúne reportagens curtas em vídeo (Figura 17).

A página da *BBC News Brasil* no *Instagram*, como será mais detalhadamente analisado nos tópicos relativos às discussões dos dados coletados, oferece um conteúdo diversificado se comparado à sua página do *Twitter* e ao seu *website*, focados na pauta de um jornalismo factual, com foco nas *hard news*, o que se permite inferir que a *BBC*, e a *BBC News Brasil*, possuem uma política de uso das diferentes plataformas, buscando oferecer conteúdo para os diferentes segmentos de seu público e, dessa forma, privilegiando uma narrativa transmídia.

Figura 17– *Print* da tela de abertura da conta do *Instagram* da *BBC News Brasil*



Fonte: *Instagram* @bbcbrasil (18/07/2019).

3.3 Narrativas transmídias na reconfiguração do jornalismo factual digital

Para a presente análise, foram construídas duas tabelas que contêm a categorização dos dados: Tabela 3, que apresenta a distribuição de Número de Manchetes M1 (14h) e M2 (20h) que atendem a uma das hipóteses de pesquisa e a Tabela 4, que apresenta a distribuição de Manchetes M1 (14h) e M2 (20h) por hipótese de pesquisa.

É importante ressaltar que os critérios para seleção das manchetes nas categorias de análise encontram-se descritos no item 3.1, que trata das questões metodológicas.

A Tabela 3 indica que 35% das M1 atendem a alguma das hipóteses de pesquisa e 58% das M2, totalizando 46 das 113 manchetes coletadas, ou seja, 40,7% do total. Tal dado indica que as narrativas transmídias no jornalismo factual da *BBC News Brasil* ainda representam metade de sua produção total.

Tabela 3 – Categorização dos dados – Número de Manchetes M1 (14h) e M2 (20h) que atendem a uma das Hipóteses de pesquisa

	Total M1 Coletadas (14h)	Total M1 Selecionadas (14h)	% de M1 selecionadas	Total M2 Coletadas (20h)	Total M2 Selecionadas (20h)	% de M2 selecionadas	% de manchetes selecionadas
Abril	21	7	33	19	11	58	45
Maio	22	9	41	14	5	36	38,9
Junho	20	6	30	17	8	47	37,9
TOTAL	63	22	35	50	24	48	40,7

Fonte: Elaboração Própria.

Não existe nenhum dado que possa diferenciar o perfil de matérias por horários (na amostra coletada), ou seja, não existe preferência pelo horário vespertino ou noturno de atualização, o que pode implicar que a *BBC News Brasil* não diferencia o interesse do público com relação aos horários de leitura ou, se diferencia, tal fato não aparece na amostra coletada.

As médias de mensagens selecionadas por mês também não mostram diferenças significativas (45% em abril, 38,9% em maio e 37,9% em junho) que possam indicar preferências por determinado mês, ao menos não no período de coleta que, justamente, inclui meses que não se enquadram em período de férias, festejos nacionais ou final de ano.

A Tabela 4 indica que as manchetes podem pertencer a mais de uma categoria de análise, algumas delas atendendo às cinco hipóteses de pesquisa, como será observado nas análises apresentadas nos itens de 3.3.1 a 3.3.5.

Tabela 4 – Categorização dos dados - Manchetes M1 (14h) e M2 (20h) por Hipótese de pesquisa

	Categorias de Análise	Abril			Maio			Junho			Total
		M1	M2	T	M1	M2	T	M1	M2	T	
Hipótese 1	Capacidade de perfuração	1	2	3	1	0	1	0	2	2	06
Hipótese 2	Continuidade X Multiplicidade	1	2	3	3	1	4	0	1	1	08
Hipótese 3	Imersão x capacidade de extração e Construção do Universo	6	10	16	7	5	11	6	8	14	41
Hipótese 4	Subjetividade	3	2	5	3	1	4	0	1	1	10
Hipótese 5	Espalhamento	1	4	5	2	2	4	1	5	6	15
TOTAL		12	20	32	16	9	25	7	17	24	81

Fonte: Elaboração Própria.

As 46 manchetes selecionadas (22 M1 e 24 M2, como mostra a Tabela 3), representando 40,7% (Tabela 3) de todas as manchetes coletadas, são responsáveis pela parte da produção da *BBC News Brasil* voltada para a produção de conteúdo transmídia no seu jornalismo factual digital, de acordo com os limites e abrangências deste estudo. Essas 46 manchetes correspondem a 81 enquadramentos nas categorias de análise.

A categoria mais presente é a “Imersão x capacidade de extração e Construção do Universo, que corresponde a Hipótese 3 – “O leitor de jornalismo diário pode experimentar um mais denso envolvimento com fatos cotidianos relevantes com as narrativas transmídia” e teve como critério de seleção “todas as manchetes que obtiveram a participação do público através de mais de 100 *likes* (curtidas)”, uma vez que: “O uso de *likes* pode ajudar a verificar o envolvimento do leitor com os fatos

cotidianos a partir do uso de princípios de narrativa transmídia no jornalismo diário”, como anteriormente explicado.

A categoria “Imersão x capacidade de extração e Construção do Universo” está presente em 41 das 81(Tabela 4) manchetes que atendem às hipóteses de pesquisa, num total de 51,6% do total, o que indica ser esta a categoria mais frequentemente utilizada pela *BBC News Brasil*, segundo a amostra deste estudo.

Em segundo lugar está a categoria “Espalhamento”, que corresponde a Hipótese 5 – “A narrativa transmídia aumenta o tempo de permanência da notícia em circulação junto aos públicos por meio de procedimentos conversacionais e de repercussão” e teve como critério de seleção: “todas as manchetes que obtiveram mais de 100 *retweets*, uma vez que: “ela passa a funcionar como um tipo de sistema de recomendação, o leitor a compartilha”, como explicado anteriormente.

Com 15 das 81(Tabela 4) manchetes que atendem às hipóteses de pesquisa, 18,5% do total, o “espalhamento”, marcado pelo número de RTs permite que a notícia seja distribuída para outros usuários do *Twitter* que, por sua vez, podem continuar o seu processo de “espalhamento”. A análise específica de manchetes ajudará a compor a argumentação.

A Hipótese 4 – “A narrativa transmídia possibilita a emergência de novos gêneros e formatos do jornalismo diário no ambiente digital”, baseada no critério de seleção: “todas as manchetes que apresentem outros recursos, tal como vídeos, uso do IGTV, redirecionamento para outros canais da *BBC News Brasil*” foi a mais difícil de selecionar, uma vez que não havia critérios objetivos (tais como número de comentários, *likes* (curtidas), RTs (compartilhamento) ou *Stories* do Instagram para caracterizar a hipótese. Foi preciso, então, examinar em que medida “O emprego de novos formatos de notícia factual diária no jornalismo digital pode auxiliar a verificar se as notícias apresentam diferentes pontos de vista a partir do uso da narrativa transmídia”, premissa já citada, estava inserido na construção dessas manchetes.

As 10 manchetes que atendem a tal critério representam 12,3% do total, indicando que a apresentação de notícias sob diferentes pontos de vista ainda é uma questão delicada para a *BBC News Brasil*.

Oito manchetes atendem ao critério ““Continuidade x Multiplicidade”, que seleciona todas as manchetes que “foram acompanhadas da publicação de *Stories* no *Instagram*”, considerando que “Os *Stories* permitem analisar a utilização de múltiplas ferramentas do modelo transmídia e podem gerar continuidade entre textos, mídias e

narrativas”. Essa categoria se vincula à Hipótese 2 – “Características específicas do jornalismo digital, aplicadas na cobertura do jornalismo diário, são potencializadas com as narrativas transmídia”.

O uso dos *Stories* do *Instagram* aparece em 9,87% de manchetes que atendem à uma das hipóteses de pesquisa. Embora, em termos percentuais, o índice não seja elevado, os exemplos que serão analisados mostram como esse recurso pode ser interessante para reconfigurar o jornalismo factual digital da *BBC News Brasil*, ao menos nos termos aqui propostos.

O uso dos comentários no *Twitter*, critério de seleção da categoria de análise “Capacidade de Perfuração” (que selecionou “todas as manchetes que mais de 100 comentários nas postagens do *Twitter*”), possibilitou a seleção de seis matérias, que correspondem a 7,4% do total. A observação dos comentários permite ampliar o conhecimento sobre o engajamento do leitor e verificar se existe aprofundamento e contextualização em cada caso. A hipótese a ser comprovada ou refutada é a Hipótese 1-“A narrativa transmídia possibilita maior contextualização do jornalismo factual diário ao oferecer ao leitor maior complexidade narrativa e engajamento nas notícias”.

Acerca do engajamento através dos comentários no *Twitter* a discussão será ampliada no item 3.3.1. Após essa breve apresentação quantitativa dos dados, passaremos a uma análise qualitativa, fundamentada no método da análise de conteúdo de Bardin (2011) e com aproximações ao estudo de Recuero (2014). Os resultados e as discussões serão apresentados ao longo deste capítulo, em particular nos itens relativos às análises de cada uma das cinco hipóteses (de 3.3.1 a 3.3.5).

3.3.1 Contextualização, complexidade e engajamento

A Hipótese 1, “A narrativa transmídia possibilita maior contextualização do jornalismo factual diário ao oferecer ao leitor maior complexidade narrativa e engajamento nas notícias”, pode ser examinada considerando-se aspectos tais como a contextualização, a complexidade e o engajamento.

Para tal, iremos tomar a categoria “Capacidade de perfuração” como base analítica, uma vez que: “Diz respeito ao engajamento do público com a complexidade narrativa e está associada ao conceito de espalhamento” Jenkins (2009b, p.105). O critério de seleção utilizado foi: todas as manchetes que apresentaram mais de 100 comentários na conta do *Twitter* da *BBC News Brasil*.

Almgren e Olsson (2016, p. 70) discutem o papel dos “comentários” no engajamento através do *Twitter* e ressaltam que os comentários têm uma importância diferente da importância dos compartilhamentos, pois:

O comentário é diferente do compartilhamento de notícias nas redes sociais em que os usuários postam comentários no próprio site de uma marca, potencialmente alcançando outros usuários do site de notícias. Normalmente, o comentário é restrito por meio do registro do usuário e da moderação da mensagem (cf. Pöyhtäri, 2014; Singer et al., 2011). Além disso, os usuários são frequentemente direcionados a comentar sobre conteúdos de notícias mais leves, como esportes e entretenimento (Almgren & Olsson, 2015)(Tradução própria)¹⁴.

A presença do “comentário” permite compreender quem se interessa pela notícia, quais seus pontos de vista, que tipo de comentário prioriza, se são mencionadas outras informações, criando um ambiente de interação mais complexo. Almgren e Olsson (2016, p. 70) procuram detalhar como esse sistema de comentários funciona a

Os usuários podem interagir com o conteúdo de notícias de várias maneiras. As práticas dos usuários em termos de comentários e transmissão de conteúdo de mídia estão relacionadas às suas preferências, ou seja, com o que eles “gostam” e com o que eles se “importam” (Green & Jenkins, 2011; Tenenboim & Cohen, 2015). Os atos de comentar e / ou compartilhar conteúdo de mídia indicam que os usuários - por um motivo ou outro - acham interessante o suficiente para comentar e / ou compartilhar. Ao fazer isso, os usuários escolhem um canal específico para compartilhamento que considerem apropriado (Green & Jenkins, 2011, p.113-114). (tradução própria)¹⁵.

De acordo com a Tabela 4, seis manchetes atenderam aos critérios, num total de 7,4%. A Tabela 5 apresenta as manchetes selecionadas:

Tabela 5 – Manchetes que atendem ao critério da Hipótese 1(mais de 100 comentários)

¹⁴ No original: “Commenting is different from sharing news on social media in that users post comments onto a brand website itself, potentially reaching other users of the news site. Commenting is usually restricted through user registration and message moderation (cf. Pöyhtäri, 2014; Singer et al. 2011). Moreover, users are often steered towards commenting on lighter news content, such as sports and entertainment (Almgren & Olsson, 2015).(ALMGREN e OLSSON, 2016, p.70).

¹⁵ No original: “users may interact with news content in multiple ways. Users’ practices in terms of commenting and passing along media content are connected to their preferences, i.e., what they “fancy” and “care about” (Green & Jenkins, 2011; Tenenboim & Cohen, 2015). The acts of commenting on and/or sharing media content indicate that users – for one reason or another – find it interesting enough to comment on and/or share. When doing so, users choose a specific channel for sharing that they deem appropriate (Green & Jenkins, 2011, p.113-114)” (ALMGREN e OLSSON, 2016, p.70).

Data	Manchete	Horário	No. De Comentários
04/04/2019	Governo Bolsonaro é pior do que eu imaginava porque 'não vi nada' até agora, diz FHC	20h	236
05/04/2019	'É incrível como a nossa elite é passiva' diz Luciano Huck nos EUA	14h	145
24/04/2019	Mudanças na Lei Rouanet ameaçam 'Broadway brasileira' e podem aumentar concentração de recursos, veem especialistas	20h	96*
02/05/2019	Punir universidade por conhecimento que não convém ao governo é inconstitucional, diz direto de Direito da USP	14h	96*
25/06/2019	STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre	14h e 20h	314
28/06/2019	UE fechou acordo 'com pressa' porque Mercosul está em situação frágil, diz ex-chanceler Celso Amorim	20h	140

*Observação: Foram considerados duas manchetes que obtiveram 96 comentários.

Fonte: Elaboração própria.

Duas manchetes com 96 comentários foram consideradas uma vez que a diferença para o critério estabelecido é mínima e não há outras manchetes com comentários na faixa dos noventa.

A notícia com maior número de comentários foi: “STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre”, publicadas às 14h e que se manteve “no ar” às 20h, em 25 de junho de 2019 (Figura 18) e será a utilizada para a análise de relações.

Figura 18 – *Print* da tela do *site* da *BBC News Brasil* com a matéria “STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre”



É importante destacar que esta matéria atendeu aos requisitos de seleção e enquadramento em todas as cinco categorias de análise, contemplando, dessa forma, as cinco hipóteses investigativas. Obteve 314 comentários (o maior número entre todas as manchetes da amostra), teve *Stories* publicado no *Instagram*, 1.271 *likes*, vídeo específico postado no dia seguinte e 430 RTs.

Dados acerca dos números de comentários, compartilhamentos e *likes* em redes sociais devem sempre ser observados no âmbito da amostra da pesquisa, como pontua Recuero (2014) e Almgren e Olsson (2016), uma vez que as métricas devem obedecer ao contexto de análise. Assim, no âmbito desta pesquisa, os índices de engajamento foram os mais altos. O *Twitter* foi o meio escolhido pela *BBC News Brasil* para acompanhar o julgamento (a Figura 19 mostra alguns *tweets* na *timeline* da @bbcbrasil).

Figura 19 – *Timeline do Twitter* – Manchete “STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspensão de Moro para o segundo semestre”



A cada voto da segunda turma do STF ou a cada nova informação a *BBC News Brasil* ia postando no *Twitter* e gerando ondas de engajamento, com comentários, *likes* e RTs. Esse movimento conferiu dinâmica à notícia e permitiu que aprofundamentos e contextualizações fossem surgindo.

Acerca da questão da contextualização, Canavilhas e Baccin (2015, p.17) recorrem a Pavlik para ampliar a discussão do conceito:

Para Pavlik (2005), as possibilidades de contextualização podem ser observadas por meio de cinco aspectos: a ampliação das modalidades de comunicação (texto, áudio, vídeo, fotos, gráficos, animação); a hipermídia (que permite situar a notícia em contexto histórico, político e cultural muito mais rico); a participação cada vez maior dos leitores, que necessitam estar interagindo com a máquina – “uma das maneiras de aumentar a participação é o relato imersivo” – (PAVLIK, 2005, p.48); os conteúdos mais dinâmicos (conteúdos informativos mais fluidos) e a personalização da informação (cada leitor pode filtrar a informação que quiser e também pode ampliar as informações que a reportagem lhe oferece).

O regime de atualização contínua, aliás, é uma das características da mídia digital, e, junto com a instantaneidade, ajuda a definir as novas temporalidades do jornalismo. É o que acontece, por exemplo, no jornalismo contextualizado. Zamith Silva (2011), em sua dissertação de doutorado, discute os diferentes conceitos de jornalismo contextualizado, mencionando:

-Pavlik, que aponta o jornalismo contextualizado como um novo tipo de notícias a emergir no ambiente *online* e eletrônico para quem: “Conceptualmente, ainda defino jornalismo contextualizado da mesma maneira. Operacionalmente, definiria jornalismo contextualizado de uma forma mais expansiva. Incorporaria desenvolvimentos do jornalismo hiperlocal e outras formas emergentes de jornalismo, incluindo os media locativos e a realidade aumentada que fornecem crescente capacidade de colocar as histórias em contexto geográfico e outros”⁹⁷, refere Pavlik. Este posicionamento do autor ganha relevância se atendermos às críticas, que veremos mais à frente, de alguns observadores à excessiva atenção dada por Pavlik às possibilidades tecnológicas, descurando a componente social e os diferentes níveis de apropriação dessas tecnologias quer pelos jornalistas quer pelos utilizadores. No que poderíamos classificar como uma persistência em considerar o conceito válido e atual, ou numa “fuga para a frente” com a adição de novas possibilidades expressivas permitidas pelos avanços tecnológicos, Pavlik parece desvalorizar (ou mesmo ignorar) os pontos fracos que lhe são apontados. Contudo, também há quem partilhe do seu otimismo e até quem veja na tecnologia a solução para algumas das dificuldades de contextualização” (ZAMITH SILVA, 2011, p. 230);

-Lasica (2002), que o define a partir do fato de que “As notícias personalizadas reduzem o papel dos editores” (LASICA, 2002: 1), fazendo com que seja o utilizador a decidir o que é importante;

-Xosé Pereira, que segue a linha de Pavlik, porque o jornalismo contextual, para ele, “[...]trabalha sobre a repercussão que tem o contexto do jornalismo e a implicação que tem o jornalismo no seu contexto” (ZAMITH SILVA, 2011, p. 232);

-Marcos Palacios concorda com Pavlik mas acha que é necessária a análise de um maior número de casos práticos (ZAMITH SILVA, 2011, p. 232);

-Dominguez argumenta que: “[...]com a pressão da última hora, (...) esquece-se esse elemento tão importante que é analisar, interpretar, reportar a informação e metê-la em contexto” (ZAMITH SILVA, 2011, p. 232);

-Concha Edo considera a contextualização “imprescindível” e reconhece o potencial da Internet, ao permitir a conjugação de texto, áudio, vídeo e gráficos interativos. No entanto, refere que, “talvez, nos últimos anos, o que se produziu é todo o contrário da contextualização”. “As pessoas leem títulos, coisas soltas, as pessoas leem pouco. Não há um aprofundamento dos temas”, lamenta (ZAMITH SILVA, 2011, p. 233);

-Elvira García de Torres nota que Pavlik percebe o risco do “turbo-jornalismo” na Internet e contrapõe um jornalismo adaptado à rede, que

não se baseia especificamente na rapidez ou que, quanto muito, “combina a rapidez da cobertura com o aprofundamento” (ZAMITH SILVA, 2011, p. 233);

-Elias Machado considera o conceito de Pavlik “importante”, mas salienta que “ele não deve ser tomado como a única maneira possível de se fazer jornalismo”: “Porque o jornalismo é sempre resultado de uma demanda da sociedade que historicamente evolui. Então, nunca se pode confundir aquilo que os profissionais querem com aquilo que a sociedade demanda. Se analisarmos historicamente, a evolução do jornalismo vai do jornalismo mais interpretativo e contextualizado para cada vez mais um jornalismo menos interpretativo, mais do imediato. Não estou dizendo que esse modelo está correto, mas o que estou dizendo é que essa é uma tendência social. Por algumas razões isso ocorre deste modo. Nós nos deveríamos estar perguntando porque é que isso ocorre desse modo, e oferecer alternativas que sejam viáveis a esse modelo (ZAMITH SILVA, 2011, p. 233).

As entrevistas conduzidas por Zemith Silva (2011) com os pesquisadores da área acerca do jornalismo contextualizado mostram que o conceito de Pavlik é fundamental, mas não consegue cobrir toda a complexidade da questão.

O autor pontua ainda que:

O jornalismo contextualizado de que fala Pavlik (2001:4), cujas dimensões básicas são o alcance de modalidades comunicacionais, hipermídia, potenciação do envolvimento da audiência, conteúdo dinâmico e personalização, é, basicamente, o jornalismo que aproveita as potencialidades da Internet (hipertextualidade, multimedialidade, interatividade, instantaneidade, ubiquidade, memória e personalização). Ao alcance das modalidades comunicacionais (texto, áudio, vídeo, fotografia, gráficos e animação) corresponde a multimedialidade; o hipermídia abrange as possibilidades de ligação hipertextual, quer entre textos escritos quer entre diferentes formatos de mídia; a potenciação do envolvimento da audiência remete para a interatividade, entendida como relação homem-homem potenciada pela estrutura fragmentada e aberta do meio; o conceito de conteúdo dinâmico abarca as faculdades de recuperação da informação a qualquer momento, de modo instantâneo e ubíquo, a partir da (quase) infinita memória (no duplo sentido de conteúdo perecível e de capacidade inesgotável) da Internet; e a personalização tem correspondência direta com a potencialidade com a mesma designação, que realça a possibilidade que o novo meio dá ao visitante de configurar, seguindo critérios pessoais, a forma como acede a conteúdos. “Não mais as notícias estão constrangidas pelas limitações técnicas dos media tradicionais, seja imprensa, televisão ou rádio. Em vez disso, todas as modalidades da comunicação humana estão disponíveis para contar as histórias da forma mais interessante, interativa, on-demand e personalizada possível” (Pavlik, 2001: 17) (ZAMITH SILVA, 2011, p. 57).

Na reportagem em análise, é possível perceber as características mencionadas por Pavlik:

-a ampliação das modalidades de comunicação (texto, áudio, vídeo, fotos, gráficos, animação) está presente com texto da reportagem, *posts* de *Twitter*, vídeos nos *Stories* do *Instagram*;

- a hipermidialidade aparece nos links entre *Twitter* e *website* e entre *Instagram* (via *Stories*) e *Twitter*. O uso das *hashtags* #Urgente e #Atenção, no *Twitter* da *BBC News Brasil*, também funcionam como *links* hipermidiáticos;

- a participação dos leitores pode ser verificada através da observação do número de comentários no *Twitter*;

- o uso de conteúdos mais dinâmicos aparece tanto no vídeo dos *Stories* quanto na *timeline* do *Twitter* que vai se modificando ao longo do julgamento que é o tema da manchete;

- a personalização pode ser observada na medida em que o leitor pode obter as informações através de *website*, *Twitter*, *Stories* do *Instagram* e, a partir destas plataformas, migrar para outras páginas que possam ampliar o conhecimento sobre o tema.

O *tweet* de final da sequência de do julgamento do ex presidente Luís Inácio Lula da Silva (Figura 20) mostra o número de comentários e ajuda a entender que a cobertura ao vivo, com postagens no *Twitter* cria um contexto de imersividade.

Figura 20 – *Print* do *tweet* final da sequência que acompanhou a Manchete “STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre”



Fonte: *BBC News Brasil* (*Twitter*, 25/04/2019).

Acerca da complexidade, outro elemento inerente à categoria de análise “capacidade de perfuração”, segundo Luckman e Fonseca (2017):

À primeira vista, a palavra “complexidade” parece carregar uma pesada carga semântica, já que geralmente são associadas a ela as ideias de confusão, dificuldade, incerteza ou desordem. No entanto, o sentido atribuído por Edgar Morin retoma a origem etimológica do termo grego *complexus*, que significa “o que está entretecido em conjunto”. No desenvolvimento de sua obra, o autor toma a complexidade como macroconceito, em oposição à prática de disjunção dos saberes que dominou o pensamento científico a partir do século 17 e que, segundo ele, conduz a uma “inteligência cega”. Para Morin, um pensamento que une e contextualiza é natural e espontâneo, pois a atividade mental normal das pessoas funciona por meio da integração das informações em um conjunto que lhes dá sentido (p.169-170).

O conjunto de recursos disponibilizados pela *BBC News Brasil* oferece ao leitor a possibilidade de ampliar o conhecimento sobre o fato, expondo-o com maior complexidade, com o que é o caso do material postado no *Stories* do *Instagram* (Figura 21) que convida o leitor a conhecer mais sobre o tema: “Lula pode ser solto? Veja o que está em jogo nesta terça-feira”. O áudio que acompanha o vídeo aprofundava, contextualizava e dava complexidade à matéria postada no *website* da *BBC News Brasil*.

É importante considerar ainda aspectos como o aprofundamento: “O aprofundamento constituiu acréscimo de informações, detalhes e versões e a contextualização: Já a ampliação do contexto compreende o relacionamento, por exemplo, com outras notícias”. (SOUZA, 2011, p. 80).

Figura 21 - *Print* do *Stories* do *Instagram* que acompanhou a Manchete “STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre”



Fonte: *BBC News Brasil (Stories do Instagram, 25/04/2019).*

A análise deste exemplo de tratamento do conteúdo relativo à manchete “STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre” pela BBC News Brasil mostra que ocorreu a chamada “capacidade de perfuração”, confirmando, portanto a hipótese 1, “A narrativa transmídia possibilita maior contextualização do jornalismo factual diário ao oferecer ao leitor maior complexidade narrativa e engajamento nas notícias” neste caso, mas, o mesmo não acontece com a grande maioria das matérias coletadas pela amostra.

Pode-se, portanto, inferir, que a empresa ainda utiliza a capacidade de perfuração da narrativa transmídia de modo experimental ao mesmo tempo em que vai analisando os resultados gerados.

3.3.2 Intensificação das características do jornalismo digital

A segunda Hipótese de trabalho - “Características específicas do jornalismo digital, aplicadas na cobertura do jornalismo diário, são potencializadas com as narrativas transmídia” – aponta para a possibilidade de reconhecer formas como a narrativa transmídia intensifica aspectos do jornalismo digital (como hipertextualidade, atualização contínua, entre outros) ao realizar o acompanhamento dos fatos diários.

A categoria de análise utilizada é a que trata da “Continuidade x multiplicidade”, no entender de Jenkins (2009b): “A aplicação desse princípio faz com que o público tenha a noção de que todos os produtos midiáticos de uma notícia integram uma única história” (p.107), ou seja, a utilização de múltiplas ferramentas do modelo transmídia criaria uma ideia de continuidade entre textos, mídias e narrativas.

Foi critério de seleção a postagem de *Stories* no *Instagram* acompanhando a manchete. A Tabela 6 apresenta as seis manchetes selecionadas (Tabela 4) para a categoria:

Tabela 6 - Manchetes que atendem ao critério da Hipótese 2 (publicação de *Stories* no *Instagram*)

Data	Manchete
09/04/2019	Ladrões usaram uma escavadeira para arrancar e roubar caixa eletrônico na Irlanda do Norte
15/04/2019	Catedral de NotreDame: o que se sabe sobre o incêndio que consumiu igreja em Paris
23/04/2019	STJ reduz pena de Lula: o que acontece agora com o ex-presidente?
15/05/2019	'Idiotas úteis', 'vestido para festa' e 'estamos cumprindo a lei': as frases do dia de protestos pela educação
22/05/2019	Dormir na rua e pedalar 12h por dia: a rotina dos entregadores de aplicativos
25/06/2019	STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre

Fonte: Elaboração própria.

A manchete selecionada para a análise de relações foi “Catedral de NotreDame: o que se sabe sobre o incêndio que consumiu igreja em Paris”, publicada em 15 de abril de 2019 e que obteve 582 *likes*, 185 RTs e 22 comentários, além de ter publicações no *Twitter* e no *Stories* do *Instagram*.

Figura 22 – *Print* da tela do site da *BBC News Brasil* com a matéria “Catedral de NotreDame: o que se sabe sobre o incêndio que consumiu igreja em Paris”



Fonte: *BBC News Brasil* (website – 15/04/2019)

Os suportes digitais, em especial a *web*, permitem que a comunicação aconteça em um fluxo contínuo, favorecendo o jornalismo de ação contínua. Palacios (2014) discute a relação entre memória e continuidade:

Com relação à memória, é possível identificar-se também uma série de continuidades no jornalismo em rede com relação a suportes anteriores. Os jornais impressos, desde longa data, mantêm arquivos físicos das suas edições passadas, abertos à consulta do público e utilizados por seus editores e jornalistas no processo de produção de informação noticiosa. O jornalismo impresso moderno recorre à publicação de pesquisas, baseadas em informação de arquivo, que complementam, ampliam ou ilustram o material noticioso corrente. O mesmo ocorre com relação às emissoras de rádio e TV, que mantêm arquivos sonoros e de imagem, eventualmente utilizados na produção de material noticioso de caráter jornalístico ou documental. No entanto, na produção jornalística em rede, altera-se o lugar da documentação e da memória que, de complemento informativo, desloca-se para uma posição de fonte noticiosa direta (Machado, 2002, p. 63). (PALACIOS, 2014, p.7).

No caso da manchete sobre o incêndio que atingiu a Catedral de Notre Dame, a ação contínua é demonstrada por meio de: manchete no website, sequência de *tweets* no *Twitter*, *Stories* no *Instagram*, que mantiveram a sintonia do leitor com os acontecimentos.

A multiplicidade e a continuidade, segundo Palacios (2014) estão vinculadas à construção de uma memória mais duradoura, pois,

Da mesma forma que a “quebra dos limites físicos” na Web possibilita a utilização de um espaço praticamente ilimitado para disponibilização de material noticioso (sob os mais variados formatos mediáticos), abre-se a possibilidade de disponibilizar online toda informação anteriormente produzida e armazenada, através da criação de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação da informação (p. 6).

O incêndio da catedral de Notre Dame foi um dos mais importantes acontecimentos do jornalismo factual no primeiro semestre de 2019 e teve uma cobertura global, gerando a produção de conteúdo de variados tipos e formatos num estilo que se aproxima do jornalismo de ação contínua.

Nesse sentido, o exemplo analisado, mostra que foram criados pontos comuns entre as diferentes plataformas, mantendo, portanto, a continuidade. Vejamos a sequência de tweets que acompanharam o acontecimento (Figura 23).

Figura 23 – *Print* da tela do *Twitter* que acompanhou a matéria ““Catedral de Notre-Dame: o que se sabe sobre o incêndio que consumiu igreja em Paris””

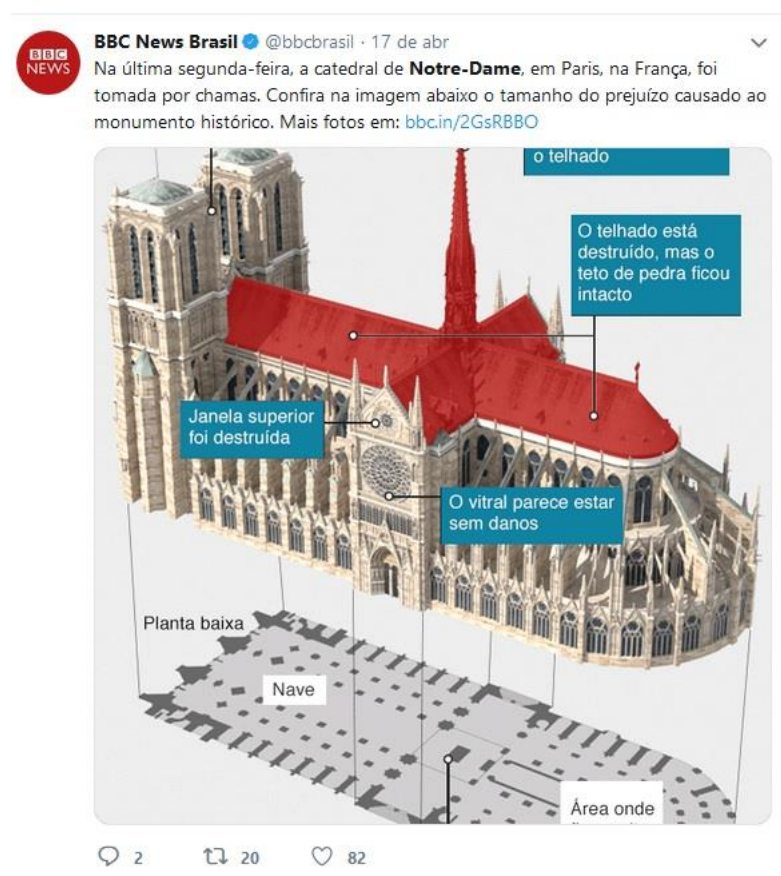


Fonte: *BBC News Brasil* (Twitter – 15/04/2019)

A chamada no primeiro *tweet* abre espaço para a contextualização (“Os principais fatos históricos sobre a Catedral de Notre Dame”). As imagens, em ambos os tweets, mostram o prédio histórico e o fogo o consumindo, utilizando a perspectiva fotográfica para oferecer uma melhor dimensão do fato.

Outros tweets foram sendo postados nos dias seguintes ao incêndio, complementando as informações e trazendo outras perspectivas (Figura 24).

Figura 24 – *Print* da tela do *Twitter* sobre incêndio na Catedral de Notre Dame



Fonte: *BBC News Brasil* (Twitter – 17/04/2019)

Para tentar comprovar ou refutar a hipótese 2, cabe citar que o uso dos *Stories* (Figura 25) contribui para a intensificação das características do jornalismo *online*, na medida em que resulta da apropriação de uma linguagem bem específica da web, os vídeos de instantâneos, que ficam apenas 24 horas no ar e depois são removidos pela própria plataforma, no caso, o *Instagram*.

Figura 25 – *Print* da tela do *Stories* que acompanhou a matéria “Catedral de Notre Dame: o que se sabe sobre o incêndio que consumiu igreja em Paris”



Fonte: *BBC News Brasil* (*Stories* – 15/04/2019)

A este respeito discorre Canavilhas (2014) tratando de novas arquiteturas noticiosas, ressaltando que, embora seja o texto a linguagem mais utilizada no jornalismo, a web permitiu retomar o seu significado inicial de “entrelaçamento”. O autor apresenta, ainda o conceito de hiperligações (conexões entre dois blocos de texto) e os quatro tipos de hiperligações definidos por Salaverria:

i) documentais: ligação a blocos com informação de contexto existente no arquivo da publicação; ii) ampliação informativa: ligação a blocos de contexto, mas neste caso de informação contextual recente; iii) atualização: como o próprio nome indica, liga a blocos com informações atuais sobre o acontecimento; iv) definição: ligação a blocos de informação mais específica e aprofundada (SALAVERRIA apud CANAVILHAS, 2014, p.7).

O modelo de arquitetura adotado pela *BBC News Brasil* na cobertura do incêndio da Catedral de Notre-Dame define um conjunto de hiperligações dos quatro tipos, pois apresenta documentos (desde as fotos até outros elementos históricos), informações do contexto, atualizações e definições.

Além de todos os elementos apresentados, a *BBC News Brasil* ainda utilizou mais um: um vídeo foi postado na *timeline* do *Twitter*, recurso pouquíssimo utilizado durante o período de coleta (Figura 26).

Fidalgo e Canavilhas (2009) consideram o celular o dispositivo por excelência para consumir esse tipo de conteúdo, criando uma articulação entre a produção prioritária para a internet e o acesso a internet prioritariamente feito por smartphones, fato que vem transformando o jornalismo.

Figura 26 – *Print* da tela de vídeo no *Twitter* que acompanhou a matéria “Catedral de Notre-Dame: o que se sabe sobre o incêndio que consumiu igreja em Paris”



Fonte: *BBC News Brasil* (*Twitter* – 15/04/2019)

O vídeo obteve 24,4 mil visualizações, um número muito superior a qualquer outro tipo de engajamento. Caberia, portanto, perguntar por que uma empresa com a tradição de produção de vídeos como a *BBC* os utiliza tão pouco nas notícias postadas em suas redes sociais – *Twitter* e *Instagram*? Embora não seja objetivo aqui responder à questão, algumas possíveis respostas irão se alinhando ao longo das discussões e apresentadas nas considerações finais.

Canavilhas (2013), de certo modo, responde à questão, quando enfatiza que ainda é desafiador enfrentar o “velho ecossistema midiático”, considerando, inclusive, a dificuldade de transposição do próprio conceito de *transmídia* para o jornalismo.

Para o autor, um novo ecossistema midiático teve início na década de 1960 e vem sendo transformado por fatores intermediáticos, técnicoambientais e contextuais, permitindo o desenvolvimento de um jornalismo transmídia, marcado pela interatividade, hipertextualidade, multimídia integrada e contextualização. Tal definição encontraria respaldo neste exemplo de “multiplicidade e continuidade”.

3.3.3 Maior envolvimento do leitor com fatos cotidianos

A Hipótese 3, “O leitor de jornalismo diário pode experimentar um mais denso envolvimento com fatos cotidianos relevantes com as narrativas transmídia”, visa verificar se os dados empíricos possibilitam constatar esse maior envolvimento do leitor com os fatos cotidianos a partir do uso de princípios de narrativa transmídia no jornalismo diário.

Para tanto, serão utilizadas duas categorias de análise: a) Imersão x capacidade e extração e, b) Construção do Universo. O critério de seleção foi a manchete ter obtido mais de 100 *likes* (curtidas).

Martins (2012), sobre imersão e extração, pontua que:

No que diz respeito ao conceito de imersão x capacidade de extração, Jenkins (2009b) explica que ambos os conceitos referem-se à relação percebida entre a ficção transmídia e nossas experiências cotidianas. Enquanto a imersão seria a capacidade de o consumidor entrar no mundo da história, a extração seria a de levar aspectos da história como recursos para espaços de sua vida cotidiana (p. 108).

O “botão” *like* inspira-se, justamente, nessa relação entre a vida “real” e a “digital”: “O botão like, traduzido como uma “curtida” e interpretado por tentativa de metáfora da vida real” (MACEDO, AQUINO E MOTTA, 2017, p. 2), consolidando sua relação entre o espaço digital e a experiência cotidiana.

Acerca da construção do universo, Martins (2012) pensa a categoria como “formas para o consumidor envolver-se mais diretamente com os mundos representados nas narrativas, tratando-os como espaços reais que se cruzam de alguma forma com as nossas próprias realidades vividas” (p.109).

Essa hipótese foi a que recebeu o maior número de manchetes coletadas: 41, como mostra a Tabela 7.

Tabela 7 - Manchetes que atendem ao critério da Hipótese 3 (mais de 100 *likes*)

Data	Manchete	Horário	No. De Comentários
04/04/2019	Monarquistas ocupam cargos em Brasília e reabilitam grupo católico ultraconservador	14h	193
04/04/2019	Governo Bolsonaro é pior do que eu imaginava porque 'não vi nada' até agora, diz FHC	20h	1.553
05/04/2019	'É incrível como a nossa elite é passiva' diz Luciano Huck nos EUA	14h	229
05/04/2019	Olavo de Carvalho 'não tem importância nenhuma', diz ministro Santos Cruz	20h	889
09/04/2019	'O rio está passando dentro da nossa sala': os relatos da chuva que parou o Rio de Janeiro	20h	137
10/04/2019	Veja a primeira imagem de um buraco negro da história, um 'monstro' maior que o Sistema Solar	14h	514
11/04/2019	'Bolsonaro está apaixonado pela reforma? Claro que não, mas entende que é necessária', diz Guedes nos EUA	14h	280
11/04/2019	Bento 16 tenta culpar a revolução sexual dos anos 60 por casos de abuso na igreja	20h	180
12/04/2019	O que dizem as investigações e moradores sobre ação das milícias do Rio no mercado imobiliário em Muzema, onde prédios desabaram	20h	441
15/04/2019	Catedral de Notre-Dame: o que se sabe sobre o incêndio que consumiu igreja em Paris	20h	582
22/04/2019	Liberdade, prisão domiciliar ou continuar na cadeia: os possíveis desfechos do novo julgamento de Lula	20h	124
23/04/2019	STJ reduz pena de Lula: o que acontece agora com o ex-presidente?	20h	293
24/04/2019	Cassada, senadora conhecida como 'Moro de saias' diz que foi ingênua e se compara a Bolsonaro: 'Fiz uma trapalhada'	14h	1.241
25/04/2019	602 cientistas pedem que Europa condicione importações do Brasil a cumprimento de compromissos ambientais	20h	685
26/04/2019	Imagem viraliza ao mostrar dutos de leite materno no seio humano	20h	251
30/04/2019	Guaidó diz ter apoio militar para derrubar Maduro: o que se sabe sobre novo capítulo da crise da Venezuela	14h	148
02/05/2019	Punir universidade por conhecimento que não convém ao governo é inconstitucional, diz direto de Direito da USP	14h	96
07/05/2019	"Tinha helicóptero atirando de cima": professores acalmam alunos com música durante operação que matou 8 no RJ	14h e 20h	423
09/05/2019	Temer volta à prisão: de casa da filha a 'quadrilhão', confira todas as investigações contra o ex-presidente	20h	199
10/05/2019	Empresas ligadas a deputados devem R\$ 172 milhões à Previdência	14h	394
10/05/2019	'Mexer com a pós-graduação é mexer com o sistema todo de pesquisa no país', diz ex-presidente da Capes	20h	196
15/05/2019	'Idiotas úteis', 'vestido para festa' e 'estamos cumprindo a lei': as frases do dia de protestos pela educação	20h	841
16/05/2019	Ex-assessor, imóveis, renda: quais são as suspeitas do Ministério Público sobre Flávio Bolsonaro	20h	357
21/05/2019	Investir em educação para primeira infância é melhor 'estratégia anticrime', diz Nobel de Economia	20h	333
23/05/2019	STF já tem maioria para criminalizar homofobia; entenda julgamento	14h e 20h	265
24/05/2019	Como eclipse solar no Ceará confirmou Teoria da Relatividade e transformou Einstein em celebridade	14h e 20h	394
29/05/2019	Investir em educação 'fecha' prisões, diz especialista francesa	14h e 20h	223
30/05/2019	Economia parada esfria planos de empresários: Ia construir 20, mas acho que serão só 10'	14h	248
06/06/2019	Marco Aurélio critica Toffoli por mudanças na pauta do STF e defende legalizar aborto em caso de Zika	20h	233
07/06/2019	Humanidade perdeu mais com incêndio do Museu Nacional do que na Notre-Dame, diz diretor da instituição brasileira	20h	1.052
10/06/2019	Qual o possível impacto para a Lava Jato das conversas atribuídas a Moro e Dallagnol?	20h	650
11/06/2019	'10 medidas' defendidas por Moro e Dallagnol permitiriam que vazamentos	14h e 20h	946

	fossem usados contra eles na justiça		
13/06/2019	As crianças da zika esquecidas em Alagoas, entre o futuro incerto e o medo da pneumonia	14h	145
13/06/2019	Santos Cruz é demitido do ministério de Bolsonaro: conheça a trajetória do militar	20h	133
18/06/2019	Decreto de Bolsonaro libera armas que ameaçam coletes de policiais e até blindagem de carro presidencial	14h	125
21/06/2019	Temos que bater palma quando alguém compra um avião, mas no Brasil a inveja é triste, diz dono da Havan	14h	121
21/06/2019	'Revogar decisões de Moro na Lava Jato seria um erro muito sério', diz juiz federal dos EUA	20h	323
22/06/2019	Movimento antivacina é ignorante e ameaça conquista da humanidade, diz ministro da Saúde	14h	109
22/06/2019	STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre	20h	1.271
27/06/2019	Bolsonaro critica fala de Angela Merkel sobre pauta ambiental no Brasil: 'Temos muito a ensinar à Alemanha'	14h	189
28/06/2019	O que causa o calor 'infernado' que atinge a Europa?	14h	166
28/06/2019	UE fechou acordo 'com pressa' porque Mercosul está em situação frágil, diz ex-chanceler Celso Amorim	20h	324

Fonte: Elaboração própria.

A manchete que obteve o maior número de *likes* foi “Governo Bolsonaro é pior do que eu imaginava porque 'não vi nada' até agora, diz FHC” (1.553) será analisada no item 3.3.5.

A segunda manchete com maior número de *likes* foi “STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre” (1.271), já analisada no item 3.3.1.

A terceira manchete com maior número de *likes* foi: “Cassada, senadora conhecida como 'Moro de saias' diz que foi ingênua e se compara a Bolsonaro: 'Fiz uma trapalhada’” (1.241), e também será analisada no item 3.3.5.

Será utilizada, portanto, para a análise de relações, a manchete: “Humanidade perdeu mais com incêndio do Museu Nacional do que na Notre-Dame, diz diretor da instituição brasileira” (Figura 27), publicada às 20h do dia 7 de junho de 2019 e obteve: 1.052 *likes* e 193 RTs.

Figura 27 – *Print* da tela do site da *BBC News Brasil* com a Manchete “Humanidade perdeu mais com incêndio do Museu Nacional do que na Notre-Dame, diz diretor da instituição brasileira”

Humanidade perdeu mais com incêndio do Museu Nacional do que na Notre-Dame, diz diretor da instituição brasileira

Luiza Franco
Da BBC News Brasil em São Paulo

7 junho 2019



Fonte: *BBC News Brasil* (website – 07/06/2019)

O título da manchete aproxima o conteúdo factual da matéria – dois incêndios em prédios históricos – do nosso cotidiano, mostrando como a perda representa uma perda de conhecimento para toda a espécie humana. A manchete procura usar a fala de Alexander Kellner, diretor do Museu Nacional, para sensibilizar o leitor, para mostrar que a perda foi muito maior do que a do prédio.

É interessante notar que a foto que acompanha a manchete utiliza uma imagem em perspectiva, num enquadramento não usual. É fato que a BBC News Brasil poderia ter utilizado vídeos, Stories e outros recursos para aumentar o poder de imersão e/ou extração da matéria, mas a foto vai ao encontro do que postula Martins (2012):

Na narrativa transmídia, a imersão considera os graus mais elevados de relação do público com o conteúdo. Com base na já citada conferência de Jenkins, Souza (2011) diz que o uso de imagens que revelem ou simulem a terceira dimensão ou o uso de formatos narrativos que permitam a representação do leitor no espaço da narrativa seriam formas de aplicar a imersão ao jornalismo (p.109).

Baccin, Sousa e Brenol (2017) discutem as possibilidades da imersão no jornalismo móvel:

O jornalismo, por sua vez, não tem como uma de suas finalidades a imersão. Mas, mesmo que mínimo, algum grau de imersão é preciso para o engajamento no relato jornalístico. Com as crescentes inovações tecnológicas, o jornalismo passa a utilizar múltiplas formas de contar histórias. Como uma dessas formas, a realidade virtual tem acionado um grau de imersão que

atribui uma sensação de presença ao transportar o usuário para ambientes até então improváveis (p. 269).

As autoras destacam que a imersão vem sendo utilizada como recurso narrativo, em especial na transmídia, e encontraria na realidade virtual um terreno privilegiado. Como já foi dito, a *BBC News Brasil* ainda utiliza os recursos mais recentes do jornalismo *online* com parcimônia, reservando as novas arquiteturas para matérias especiais.

Fica difícil, entretanto, identificar em que medida a manchete de fato contribuiu para que o leitor levasse essa questão para a sua vida cotidiana, uma vez que “curtir” o *tweet* pode ser um ato mecânico do qual ele se esquece rapidamente.

Nonny de laPeña, pioneira na distribuição de notícias através da realidade virtual, define jornalismo imersivo como: “produção de notícias de modo que cada pessoa ganhe experiências em primeira pessoa dos eventos ou situações descritos” (DE LA PEÑA et al., 2010, p. 291) (tradução própria)¹⁶. Na amostra selecionada o jornalismo imersivo nesses contornos não foi encontrado, mas algumas das matérias, como as selecionadas nesse item, permitem um certo grau de imersão.

O *Twitter* relativo a manchete (Figura 28) utiliza a mesma imagem impactante do *website* e recebe mais de mil *likes*. Talvez seja possível pensar que o *tweet* cumpriu o seu papel no conjunto de plataformas utilizadas pela *BBC News Brasil*, como mostra Jenkins (2009b, p. 138):

Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado em parques de diversão. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game e vice-versa.

Figura 28 – *Print* da tela do *Twitter* da *BBC News Brasil* com a Manchete
“Humanidade perdeu mais com incêndio do Museu Nacional do que na Notre-Dame,
diz diretor da instituição brasileira”

¹⁶ No original: “Immersive journalism is the production of news in a form in which people can gain first-person experiences of the events or situation described in news Stories” (DE LA PEÑA et al., 2010, p. 291).



Fonte: *BBC News Brasil* (website – 07/06/2019)

A manchete “Como eclipse solar no Ceará confirmou Teoria da Relatividade e transformou Einstein em celebridade” (Figura 29), publicada em 24 de maio de 2019, às 14h e mantida às 20h, utilizou outros recursos que favorecem a imersão, a extração ea construção do universo, mas obteve um número menor de *likes*: 394.

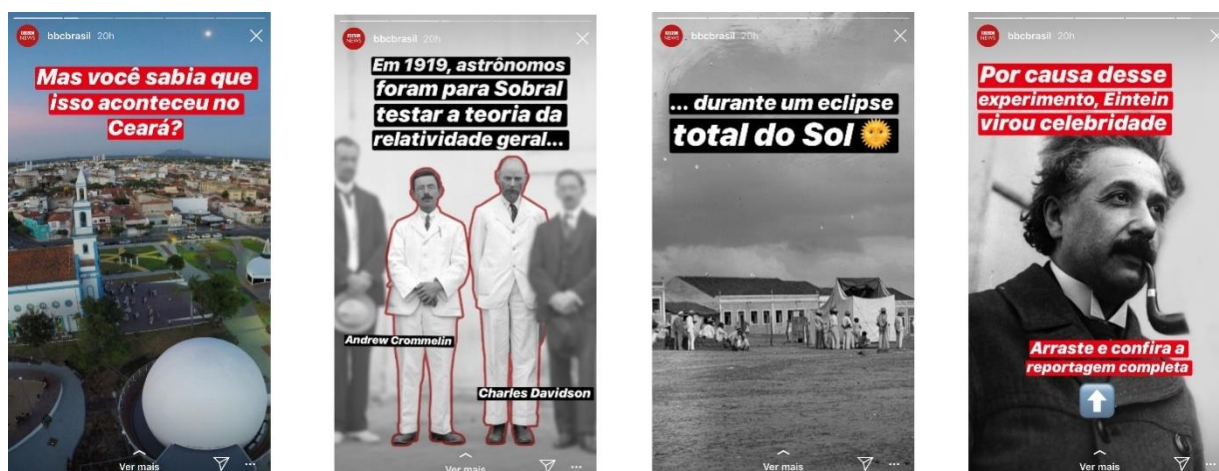
Figura 29 – *Print* das telas do *site* da *BBC News Brasil* com a Manchete “Como eclipse solar no Ceará confirmou Teoria da Relatividade e transformou Einstein em celebridade” (14h e 20h)



Fonte: *BBC News Brasil* (website – 24/05/2019)

A *BBC News Brasil* utilizou o recurso dos *Stories* do *Instagram*(Figura 30), o que, teoricamente, deveria ter aumentado o engajamento.

Figura 30 – *Print* das telas do *Stories do Instagram da BBC News Brasil* com a Manchete “Como eclipse solar no Ceará confirmou Teoria da Relatividade e transformou Einstein em celebridade”



Fonte: BBC News Brasil (*Stories do Instagram* – 24/05/2019)

O vídeo utiliza o recurso do filtro de cor, passando para o P&B, buscando ampliar o potencial de imersão. Utiliza outros recursos para chamar a atenção, tais como o contorno dos personagens em vermelho e o sol em amarelo. Não há contadores visíveis para que se possa saber qual o número de visualizações, mas, de toda forma, seria esperado um engajamento maior.

Utilizou, ainda, uma sequência de *tweets* (Figura 31)

Figura 31 - *Print* das telas do *Twitter da BBC News Brasil* com a Manchete “Como eclipse solar no Ceará confirmou Teoria da Relatividade e transformou Einstein em celebridade”



Fonte: BBC News Brasil (*Twitter* – 24/05/2019)

Nesse caso, parece que o público nem sempre se engaja às estratégias de uso da narrativa transmídia no jornalismo, ou seja, nem sempre tais recursos aumentam o

envolvimento do público, mas existem outras variáveis que se pretende examinar numa pesquisa futura.

3.3.4 Emergência de novos gêneros e formatos do jornalismo diário

A quarta hipótese de pesquisa, “A narrativa transmídia possibilita a emergência de novos gêneros e formatos do jornalismo diário no ambiente digital”, tem por objetivo revisar os gêneros e formatos informativos mais utilizados no jornalismo diário tradicional, acompanhar as alterações ocorridas com o jornalismo digital e considerar as especificidades que estas novas possibilidades de narrativas transmídia oferecem para a criação de novos modelos e formatos de textos noticiosos.

A categoria de análise é a “subjetividade”, ou seja: “Refere-se às diferentes formas de narrar histórias, podendo possibilitar experiências distintas” (JENKINS, 2009b, p.111); às alterações no âmbito do modo de narração (RYAN, 2009), como o uso da primeira pessoa e, ainda a necessidade de explorar novos formatos (SALAVERRÍA, 2009) e identificar formas de narrar e formatos narrativos que enriqueçam os modos de contar histórias (MIRANDA, 2012, p. 111).

O critério de seleção foi: todas as manchetes que apresentem outros recursos, tal como vídeos, uso do IGTV, redirecionamento para outros canais da *BBC News Brasil*. O emprego de novos formatos de notícia factual diária no jornalismo digital pode auxiliar a verificar se as notícias apresentam diferentes pontos de vista a partir do uso da narrativa transmídia.

A tabela 8 apresenta as dez manchetes selecionadas (Tabela 4) e os recursos que foram utilizados e garantiram o seu enquadramento na categoria.

Tabela 8 - Manchetes que atendem ao critério da Hipótese 4 (uso de outros recursos)

Data	Manchete	Recurso
09/04/2019	Ladrões usaram uma escavadeira para arrancar e roubar caixa eletrônico na Irlanda do Norte	<i>Link</i> para o canal da BBC News Brasil no YouTube
10/04/2019	Veja a primeira imagem de um buraco negro da história, um ‘monstro’ maior que o Sistema Solar	Seis versões de <i>Twitter</i>
11/04/2019	‘Bolsonaro está apaixonado pela reforma? Claro que não, mas entende que é necessária’, diz Guedes nos EUA	Seis versões de <i>Twitter</i>
14/04/2019	Catedral de NotreDame: o que se sabe sobre o incêndio que consumiu igreja em Paris	Vídeo no dia seguinte
23/04/2019	STJ reduz pena de Lula: o que acontece agora com o ex-presidente?	Seis versões de <i>Twitter</i>

06/05/2019	Seis perguntas para entender por que a gasolina e o diesel custam o que custam no Brasil	Duas versões da matéria com leads diferentes
15/05/2019	'Idiotas úteis', 'vestido para festa' e 'estamos cumprindo a lei': as frases do dia de protestos pela educação	Postagens com diferentes pontos de vista
22/05/2019	Dormir na rua e pedalar 12h por dia: a rotina dos entregadores de aplicativos	Vídeo e diferentes versões da matéria
24/05/2019	Como eclipse solar no Ceará confirmou Teoria da Relatividade e transformou Einstein em celebridade	Duas versões da matéria
25/06/2019	STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre	

Fonte: Elaboração própria.

A primeira manchete selecionada para a análise de relação foi “Ladrões usaram uma escavadeira para arrancar e roubar caixa eletrônico na Irlanda do Norte” (Figura 32), publicada em 9 de abril de 2019 e que utilizou *website*, *Twitter*, *Stories* do *Instagram*, vídeo e sequencia de *tweets*.

Figura 32 – *Print* da tela do *site* da *BBC News Brasil* com a Manchete “Ladrões usaram uma escavadeira para arrancar e roubar caixa eletrônico na Irlanda do Norte”



Fonte: *BBC News Brasil* (*website* – 09/04/2019)

Essa manchete apresenta o uso de vídeo diretamente no *website* da *BBC News Brasil*, fato que não aconteceu em nenhuma outra notícia da amostra. Melo (2010), ao discutir os gêneros jornalísticos no âmbito da crise contemporânea que o atinge, destaca que a questão dos modos de expressão jornalística precisa ser revista. O próprio modo de

tratar o jornalismo factual (bem como os outros gêneros, opinativo, diversional, emotivo, utilitário) para Melo (2010) anda a reboque da crise financeira vivida pela sociedade capitalista.

Pode-se inferir, portanto, que a *BBC News Brasil* vê a utilização dos recursos transmídia no jornalismo ainda com cuidado e de modo experimental. A *BBC* tem sido uma tradicional produtora de conteúdo transmídia para o entretenimento, mas ainda não aplicou esse conhecimento no jornalismo.

Outro recurso utilizado nessa matéria foi a criação de um *link* para o canal do *YouTube* da *BBC News Brasil* a partir de uma postagem no *Twitter*, o que aconteceu essa única vez entre as matérias coletadas (Figuras 33 e 34).

Figura 33 – *Print* da tela do *Twitter* com *link* para o canal do *YouTube* da *BBC News Brasil* que acompanha a Manchete: “Ladrões usaram uma escavadeira para arrancar e roubar caixa eletrônico na Irlanda do Norte”



Fonte: *BBC News Brasil* (*Twitter* – 09/04/2019)

Figura 34 – *Print* da tela do *YouTube* da *BBC News Brasil* que acompanha a Manchete: “Ladrões usaram uma escavadeira para arrancar e roubar caixa eletrônico na Irlanda do Norte”



Fonte: *BBC News Brasil* (Canal do YouTube – 09/04/2019)

A ponte entre as diferentes plataformas poderia ser utilizada de modo mais integrado pela *BBC News Brasil*, bem como novos formatos próprios para a transmissão da notícia que vem se desenvolvendo no ciberjornalismo. Noci e Salaverria, (2003) já definiram alguns tipos de gêneros novos:

1. Informativos–Notícia;2. Interpretativos–Reportagem (de atualidade, especial temático e dossiê documental) e Crônica;3. Dialógicos–Entrevista, Fórum ou Debate; Chat (entrevista online, interação com personalidades, interação entre usuários), pesquisa/questionário;4. de Opinião–tradicionais: editorial, comentário, crítica, cartas ao editor, artigo, coluna, etc, debates em rede –fóruns, chats;5. Infografia online–infografias individuais ou coletivas. (DÍAZ NOCI e SALAVERRIA, 2003: 40-41 *apud* LONGHI, 2015, p.5).

Embora não seja o objeto de estudo dessa dissertação, o *link* enviado pelo *Twitter* para o Canal do *YouTube* da *BBC News Brasil* permite verificar como pode ser construída a subjetividade. Um dos comentários sobre o vídeo postados na página do *YouTube* da *BBC News Brasil* (Figura 35) além de comentar o ocorrido acrescenta mais informações sobre acontecimentos similares no Brasil, ampliando o conjunto de informações sobre o tema.

Figura 35 – Narrativa transmídia – Comentário através do canal do *YouTube* da *BBC News Brasil*



A. Ferreira

Imagino que esta seja uma notícia inusitada de um roubo ousado na Irlanda do Norte, porque no Brasil é rotina. Eu já vi um sem-número de explosões, e até roubo de caixa eletrônico inteiro com uso de caminhão munk (com guindaste acoplado). Aqui foi mais profissional: o caminhão tinha capacidade para carregar o caixa.

Fonte: *BBC News Brasil* (9/4/2019 – Canal no *YouTube*)

A subjetividade pode ser observada na postagem sobre o tema no *Twitter* (Figura 36), que incorpora texto, vídeo e, através de seus comentários, permite navegar até uma página do Portal G1 (Figura 38), indicada por um internauta (Celso Pascoal, como mostra detalhe na Figura 37) que postou o *link* nos comentários para uma matéria de 5/11/2018, intitulada “Criminosos usam retroescavadeira para roubar caixa eletrônico em Anchieta, na Zona Norte do Rio”, criando uma conexão para uma outra temporalidade, que não estaria disponível caso não existisse esse trânsito entre as plataformas.

Figura 36 – Narrativa transmídia – Detalhe – *link* em postagem no *Twitter*



Fonte: *BBC News Brasil* (9/4/2019 – *Twitter*)

Figura 37–Detalhe da Figura 36



Fonte: *BBC News Brasil* (9/4/2019 – *Twitter*)

Figura 38– Página do G1 com matéria indicada por internauta



Fonte: G1 (5/11/2018)

A ideia, nesse exemplo estudado da categoria subjetividade, foi ampliar um pouco a análise de relações e, mesmo sem ser o objetivo da dissertação acompanhar como as matérias entram no YouTube ou em outros veículos, verificar como a partir do *website*, do *Twitter* e do *Stories* do *Instagram* (Figura 39) pode desenvolver-se uma narrativa transmídia, utilizando novos gêneros, que contribua para o jornalismo factual alcançar maior envolvimento do público.

Figura 39 – Narrativa transmídia –*Stories/Instagram* da *BBC News Brasil*



Fonte: *BBC News Brasil* (9/4/2019 – *Stories/Instagram*)

Tal situação aproxima-se., talvez, do que Ryan (2018) chama de alterações no modo de narração, que, para a autora, surge com alguma preocupação: “A minha questão é: como poderemos livrar o estudo de transmediastorytelling do sensacionalismo do discurso da indústria e abri-lo à narratologia?” (p. 10). Com isso é possível perceber que existe uma grande distância entre o a narrativa transmídia aplicada nos setores de entretenimento e aquela a ser utilizada no jornalismo.

3.3.5 Tempo de permanência da notícia em circulação junto aos leitores

Este item pretende examinar se a Hipótese 5: “A narrativa transmídia aumenta o tempo de permanência da notícia em circulação junto aos públicos por meio de procedimentos conversacionais e de repercussão”. A categoria de análise é “espalhamento” e o critério de seleção adotado foi a manchete ter mais de 100 *retweets*, uma vez que quando a matéria é “retuitada” ela passa a funcionar como um tipo de sistema de recomendação pois, o leitor a compartilha.

O conceito de “espalhamento” se estrutura nos estudos de Jenkins (2009b), sendo definida como: “capacidade do público de participar ativamente da circulação de conteúdo de mídia por meio de redes sociais e no processo de expandir o seu valor econômico e cultural” Jenkins (2009b, p.104).

Recuero (2009) acrescenta alguns aspectos ao pensamento de Jenkins (2009b) argumentando que:

[...] há dois motivos principais pelos quais as pessoas replicam informações em redes sociais na Internet: O primeiro é por conta de seu **valor relacional**, onde o valor secundário está nos laços fortes, ou seja, nos atores que estão mais próximos de mim. Nesses casos, a mensagem tende a ser difundida entre os grupos sociais, pois parte do valor é que os demais atores **participem** de forma ativa, dessa difusão. Há um impacto reputacional, mas menor. É o caso, por exemplo, dos jogos, da entrada em um site de rede social, etc. O segundo motivo é **informacional**. Aqui, o valor está na **propagação da mensagem em si** e não na interação que ela proporciona. Daí, é mais relacionado ao **espalhamento pelos laços fracos** e o impacto secundário é diretamente **relacionado à reputação**. (Grifos da autora) (online).

Ambos os autores chamam a atenção para o valor (econômico e cultural) dos RTs, uma vez que, no caso das empresas de notícias, podem ver as suas manchetes “espalhadas” por diferentes grupos que, de outra maneira, poderiam não ter acesso a uma determinada notícia.

Souza (2011, p. 149), por sua vez, pontua que: “Em resumo, o espalhamento no jornalismo compreende o uso de ferramentas de recomendação, valoração, compartilhamento e comentários dentro dos sites jornalísticos e a utilização das redes sociais com finalidade semelhante”.

Na amostra coletada, 15 manchetes obtiveram mais de 100 RTs (Tabela 9). A com maior número foi: “STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre”, com 413 RTs, já examinada no item 3.1.1.

Tabela 9 - Manchetes que atendem ao critério da Hipótese 5 (mais de 100 *retweets*)

Data	Manchete	Horário	No. de retweets
04/04/2019	Governo Bolsonaro é pior do que eu imaginava porque 'não vi nada' até agora, diz FHC	20h	296
09/04/2019	`O rio está passando dentro da nossa sala': os relatos da chuva que parou o Rio de Janeiro	20h	195
12/04/2019	O que dizem as investigações e moradores sobre ação das milícias do Rio no mercado imobiliário em Muzema, onde prédios desabaram	20h	159
15/04/2019	Catedral de Notre-Dame: o que se sabe sobre o incêndio que consumiu igreja em Paris	20h	185
24/04/2019	Cassada, senadora conhecida como 'Moro de saias' diz que foi ingênua e se compara a Bolsonaro: 'Fiz uma trapalhada'	14h	292
10/05/2019	Empresas ligadas a deputados devem R\$ 172 milhões à Previdência	14h	262
15/05/2019	'Idiotas úteis', 'vestido para festa' e 'estamos cuprindo a lei': as frases do dia de protestos pela educação	20h	134
21/05/2019	Investir em educação para primeira infância é melhor 'estratégia anticrime', diz Nobel de Economia	20h	87

30/05/2019	Economia parada esfria planos de empresários: Ia construir 20, mas acho que serão só 10'	14h	91
06/06/2019	Marco Aurélio critica Toffoli por mudanças na pauta do STF e defende legalizar aborto em caso de Zika	20h	104
07/06/2019	Humanidade perdeu mais com incêndio do Museu Nacional do que na Notre-Dame, diz diretor da instituição brasileira	20h	193
10/06/2019	Qual o possível impacto para a Lava Jato das conversas atribuídas a Moro e Dallagnol?	20h	131
11/06/2019	'10 medidas' defendidas por Moro e Dallagnol permitiriam que vazamentos fossem usados contra eles na justiça	20h	210
21/06/2019	Temos que bater palma quando alguém compra um avião, mas no Brasil a inveja é triste, diz dono da Havan	14h	111
25/06/2019	STF nega liberdade a Lula e deixa julgamento de suspeição de Moro para o segundo semestre	20h	413

Fonte: Elaboração própria.

A segunda manchete com maior número de RTs foi a que apresenta a crítica do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (FHC) ao atual Presidente do Brasil, “Governo Bolsonaro é pior do que eu imaginava porque 'não vi nada' até agora, diz FHC” (Figura 40), publicada em 4 de abril de 2019, que obteve 296 RTs, 236 comentários e 1.553 likes indicando que o engajamento do público foi elevado, no âmbito deste estudo e da amostra coletada.

Figura 40 – *Print da Manchete: “Governo Bolsonaro é pior do que eu imaginava porque 'não vi nada' até agora, diz FHC” no website da BBC News Brasil*



Fonte: *BBC News Brasil* (04/04/2019 – website)

Um dos aspectos contidos na hipótese 5 de trabalho, ressalta a importância do tempo de permanência da notícia junto aos leitores. A esse respeito, Gomis (1991, p. 28-29) ressalta que existe um “tempo dos leitores”, uma atualização do tempo em que os fatos realmente aconteceram, ou seja, os fatos são atuais na medida em que contribuem para o desenvolvimento da consciência e a preparação da ação. Assim, afirma Franciscato (2007): “Repercutir, neste caso, é uma dimensão tanto interpessoal quanto midiática da circulação pública das notícias, uma forma de perceber o tempo de permanência de um conteúdo atendendo a um diferenciado conjunto de anseios do público”.

Cabe notar que no *website* da *BBC News Brasil* registra atualizações, de suas matérias. Por exemplo, a matéria em exame, publicada em 4 de abril de 2019, foi atualizada em 15 de abril de 2019, às 13h05, como mostra a Figura 41.

Figura 41 – *Print* da tela de atualização Manchete: “Governo Bolsonaro é pior do que eu imaginava porque 'não vi nada' até agora, diz FHC” no *website* da *BBC News Brasil*



Fonte: *BBC News Brasil* (15/04/2019 – website)

Tanto a questão do tempo presente quanto a questão da atualização aparecem no Twitter da *BBC News Brasil* sobre a manchete em análise (Figura 42), mostrando tanto

o aumento do engajamento quanto mais detalhes sobre o conteúdo que se encontra no *website*.

Figura 42 – *Printdastelas do Twitter da Manchete: “Governo Bolsonaro é pior do que eu imaginava porque 'não vi nada' até agora, diz FHC”*



Fonte: *BBC News Brasil* (04/04/2019 – *Twitter*)

Calebrese, Domingo e Pereira (2015) contribuem para a discussão por meio dos conceitos de jornalismo participativo e de audiências participativas, partindo da premissa de que o jornalismo participativo contribuiria para novas oportunidades democráticas. Os autores formulam duas perguntas: “1) Como o jornalismo participativo transforma o discurso da mídia e a forma como ele é produzido?; 2) Como o jornalismo participativo transforma as audiências?” (p. 21).

Não é possível, no âmbito desta pesquisa verificar se existe esse tipo de transformação, pois seria necessário um estudo de recepção, mas é possível inferir, com base nos indicadores qualitativos e quantitativos e na técnica de análise de conteúdo que existe uma preocupação da *BBC News Brasil* com a formulação de notícias que ampliem a participação do leitor.

Outro exemplo em que é possível perceber a maior participação do leitor é no caso da manchete “Cassada, senadora conhecida como 'Moro de saias' diz que foi ingênua e se compara a Bolsonaro: 'Fiz uma trapalhada'”, publicada em 24 de abril de 2019, que obteve 1.291 likes, 292 RTs e 96 comentários (Figura 43).

Figura 43 – *Print* da tela da Manchete: “Cassada, senadora conhecida como 'Moro de saias' diz que foi ingênua e se compara a Bolsonaro: 'Fiz uma trapalhada’” no website da *BBC News Brasil*



Fonte: *BBC News Brasil* (24/04/2019 – website)

A notícia contou com a participação dos leitores e, segundo Calebrese, Domingo e Pereira (2015) “o jornalismo participativo ajudou a desenvolver uma nova percepção da audiência como um ator poderoso na esfera de informações” (p. 23). Os autores consideram que: “As novas práticas de leitura e escrita pela audiência incluem a correção, que altera e complementa o discurso dos jornalistas. Essa prática consiste na opinião e na leitura do que outros colegas comentadores escreveram” (p. 23). Sendo as redes sociais digitais ambientes que possibilitam a extensão da participação do público no jornalismo factual diário, o *Twitter* exerce um papel importante nessa cadeia de produção e conteúdo.

Portugal (2007) mostra que o conceito de rede, surgido na Sociologia nas décadas de 1930 e 1940, vai se tornar central na segunda metade do século XX, passando a ser objeto de estudos das diferentes correntes do pensamento sociológico. A autora pauta a sua discussão sobre o conceito de redes sociais numa série de questões:

Quem? O quê? Como? – Quem faz parte das redes? Quais os conteúdos dos fluxos das redes? Quais as normas que regulam a sua acção? Tomando como referência as redes de relações sociais dos indivíduos, centro-me na operacionalização a partir da resposta à questão “Quem?”, ou seja, na análise da morfologia das redes, identificando os *nós* e os *laços* que as constituem (PORTUGAL, 2007, p.24)

Tais questões, numa pesquisa futura, podem ajudar a compreender melhor como funciona o engajamento dos leitores com a redes da *BBC News Brasil*, inclusive no *Twitter*, rede que tem sido usada diariamente pela empresa.

O “espalhamento” da matéria sobre a Senadora cassada, ganha contornos mais evidentes a partir do exame do engajamento a partir da postagem no *Twitter* (Figura 36), uma vez que não há métricas disponíveis (acessíveis a este pesquisador) acerca do engajamento no website da *BBC News Brasil*. Os dados do *Twitter* permitem observar que apesar de estarem registrados 2,24 milhões de seguidores em sua página, o percentual que realmente interage (comenta, curte, compartilha) ainda é muito pequeno se pensado em termos percentuais, mas, como já foi mencionado anteriormente, as métricas devem observar cada contexto e um *tweetretuitado* pode levar a um grau “viral” de “espalhamento”¹⁷.

Figura 44 – *Print* da tela do *Twitter*: “Cassada, senadora conhecida como 'Moro de saias' diz que foi ingênua e se compara a Bolsonaro: 'Fiz uma trapalhada'”



Fonte: *BBC News Brasil* (24/04/2019 – *Twitter*)

Observando o uso do *Twitter* pela *BBC News Brasil*, cabe mencionar que Vermelho, Velho e Bertincello (2015) enfatizam que o surgimento das redes sociais digitais atende a demandas de ordem objetiva ou subjetiva, criando uma perspectiva,

¹⁷ Jenkins (2009b) não considera a “viralização” de uma informação como um “espalhamento”, mas não cabe aqui discutir a polêmica distinção de conceitos.

segundo os autores, contraditória com relação ao próprio conceito, o que pode significar que nem sempre funcionem nos termos inicialmente formulados.

Os 292 RTs do *tweet*, por exemplo, sugerem que o “espalhamento” se deu pela relevância da manchete mas, podem ter sido outros os fatores que levaram ao seu compartilhamento. No entender de Longhi e Flores (2015), as redes sociais, ou os sites de redes sociais (RSIs como preferem chamar) “tornaram-se mais um espaço para o qual as notícias convergem, o que denuncia um novo momento de expansão da atividade como estratégia de sobrevivência e reacomodação, no cenário em que mudanças estruturais afetam profundamente o jornalismo” (p.2).

Nesse sentido, o *Twitter* funcionaria como o gatilho para o “espalhamento”, a partir dele haveria tanto o compartilhamento quanto a possibilidade de aprofundamento por meio da matéria mais detalhada no *website*, conferindo, dessa forma, mais duração para a notícia. Entretanto, no conjunto da amostra desta pesquisa, a utilização de recursos que permitam o “espalhamento” ainda é restrita a poucos casos, mostrando que a utilização da narrativa transmídia ainda é mais uma proposta do que uma realidade.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Momento de olhar para o trabalho e ver os frutos que este tempo de pesquisa rendeu, na certeza que os legítimos frutos só serão amadurecidos com o tempo e, por sua vez, cabe aqui delinear o que foi percebido.

Nos últimos vinte anos, observou-se uma imensa transformação no ambiente jornalístico. A digitalização de conteúdo, os processos de convergência midiática (transmídia) e a expansão do acesso à internet mudaram o paradigma do jornalismo indicando a prioridade da produção *online* (*online first*).

Concomitantemente em que houve uma mudança tecnológica há uma crise no jornalismo baseado em fatos e não em opiniões. Pautando-se sobre a verdade, tem encontrado problemas para, num pequeno espaço de tempo e recursos para sua produção, conseguir verificar e veracidade de um fato.

A utilização das mídias digitais como ferramenta de apoio ao jornalismo *online* é uma questão ainda em processo de amadurecimento, indicando muitas vezes uma subutilização das potencialidades do *Twitter*, *Instagram* e o predomínio de uma estratégia de divulgação de conteúdos presentes em outras plataformas. É nesse cenário que investigamos as narrativas transmídias, com a utilização de ambientes multiplataforma, a cultura da participação e a convergência midiática, a fim de constatar alterações nas rotinas, processos, linguagens e produtos do jornalismo factual tradicional.

Em nossa investigação empírica sobre 113 manchetes coletadas no website da *BBC News Brasil* nos meses de abril a junho de 2019, verificamos que, em 46 delas (40,7% do total), há indícios da existência de uma preocupação com aspectos de narrativas transmídia na produção de notícias. As 46 manchetes selecionadas (22 M1 e 24 M2, como mostrou a Tabela 3) são responsáveis pela parte da produção da *BBC News Brasil* voltada para a produção de conteúdo transmídia no seu jornalismo factual digital, de acordo com os limites e abrangências deste estudo, corresponderam a 81 formas de tratamento descritas nas categorias de análise.

Dentre essas categorias estudadas, a de “Imersão x capacidade de extração e Construção do Universo” esteve presente em 41 das 81 manchetes que atendem às hipóteses de pesquisa, 51,6% do total, o que indica ser esta a categoria mais utilizada pela *BBC News Brasil*, segundo a amostra deste estudo.

Em segundo lugar está a categoria “Espalhamento”, que corresponde à Hipótese 5 – “A narrativa transmídia aumenta o tempo de permanência da notícia em circulação junto aos públicos por meio de procedimentos conversacionais e de repercussão”. Adotamos como critério de seleção, todas as manchetes que obtiveram mais de 100 *retweet* (RTs). O compartilhamento ocorreu porque o *retweet* passou a funcionar como um tipo de sistema de recomendação. Com 15 das 81 (Tabela 4) manchetes que atendem às hipóteses de pesquisa, num total de 18,5% do total.

A Hipótese 4 – “A narrativa transmídia possibilita a emergência de novos gêneros e formatos do jornalismo diário no ambiente digital” - , baseada no critério de seleção: “todas as manchetes que apresentem outros recursos, tal como vídeos, uso do IGTV, redirecionamento para outros canais da *BBC News Brasil*” foi a mais difícil de selecionar. Poucos elementos foram encontrados para tentar verificar esse aspecto, o que estimula a pensar se essas ferramentas estão realmente sendo utilizadas conforme o potencial que oferecem. Examinamos em que medida ocorreu o emprego de novos formatos de notícia factual diária no jornalismo digital e se auxiliam na apresentação de diferentes pontos de vista a partir do uso da narrativa transmídia. As 10 manchetes que atendem a tal critério representam 12,3% do total, indicando que a apresentação de notícias sob diferentes pontos de vista ainda é uma questão delicada para a *BBC News Brasil*.

O critério “Continuidade x Multiplicidade”, foi alcançado em 16 manchetes que foram acompanhadas pela publicação de *Stories* no *Instagram*, por entender que os *Stories* permitem analisar a utilização de múltiplas ferramentas do modelo transmídia e, assim, gerar continuidade entre textos, mídias e narrativas. Essa categoria se vincula à Hipótese 2 – “Características específicas do jornalismo digital, aplicadas na cobertura do jornalismo diário, são potencializadas com as narrativas transmídia”.

Percebemos que o uso dos *Stories* do *Instagram* apareceu em 9,87% de manchetes que atendem a uma das hipóteses de pesquisa. Embora, em termos percentuais, o índice não seja elevado, os exemplos analisados mostram como esse recurso pode ser interessante para reconfigurar o jornalismo factual digital da *BBC News Brasil*, ao menos nos termos aqui propostos.

O uso dos comentários no *Twitter*, critério de seleção da categoria de análise “Capacidade de Perfuração”, possibilitou a seleção de seis manchetes que atenderam aos critérios, num total 7,4%. A observação dos comentários permitiu ampliar o conhecimento sobre o engajamento do leitor e verificar se existem aprofundamento e

contextualização em cada caso. A hipótese a ser comprovada ou refutada é a Hipótese 1- capacidade de perfuração – acontece, mas ainda em fase experimental.

A hipótese 2 – suscita a questão – por que uma empresa com a tradição de produção como a *BBC os* utiliza tão pouco nas notícias postadas em suas redes sociais – *Twitter e Instagram*?

A hipótese 3, indica que o público nem sempre se engaja às estratégias de uso da narrativa transmídia no jornalismo, ou seja, nem sempre tais recursos aumentam o envolvimento do público, mas existem outras variáveis que se pretende examinar numa pesquisa futura.

Para a hipótese 4, foi possível observar que existe uma grande distância entre o a narrativa transmídia aplicada nos setores de entretenimento e aquela a ser utilizada no jornalismo.

Já a hipótese 5, em que a narrativa transmídia aumenta o tempo de permanência da notícia em circulação junto ao público, o *Twitter* funcionaria como o gatilho para o “espalhamento”: a partir dele haveria tanto o compartilhamento quanto a possibilidade de aprofundamento por meio da matéria mais detalhada no *website*, conferindo, dessa forma, mais duração para a notícia. Entretanto, no conjunto da amostra desta pesquisa, a utilização de recursos que permitam o “espalhamento” ainda é restrita a poucos casos, mostrando que a utilização da narrativa transmídia ainda é mais uma proposta do que uma realidade.

Tendo como ojetivo principal a realização de uma pesquisa exploratória acerca das diferentes perspectivas de uso da narrativa transmídia no jornalismo factual, acreditamos ter constatado que as possibilidades de transmidialidade nessa forma de cobertura jornalística ainda são experimentais. Há uma variedade de plataformas, ferramentas e formas de aumentar a participação e o envolvimento do público. Ao mesmo tempo, poucos ganhos expressivos ainda são percebidos no jornalismo factual.

5.REFERÊNCIAS

ALMGREN, Susanne M. e OLSSON, Tobias. “Commenting, Sharing and Tweeting - News Measuring Online News Participation”. In: **Nordicom Review** 37, 2016- 2, pp. 67-81.

ANTUNES, Elton. “Temporalidade e produção do acontecimento jornalístico”. In: **EmQuestão**, vol.3, no. 1, 2007.

BBC. **BBC Royal ChartersArchive**. 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/historyofthebbc/research/royal-charterarchive>>. Acesso em: julho de 2019.

BBC. **BBC Brasil nasceu em 1938 com notícia sobre Hitler**. 2011. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/institutional/090120_expediente_tc2>. Acesso em: julho de 2019.

BACCIN, Alciane; SOUSA, Maria Evangelista de; BRENOL, Marlise. “A realidade virtual como recurso imersivo no jornalismo digital móvel”. In: CANAVILHAS, João e RODRIGUES, Carla. **Jornalismo Móvel: Linguagem, gêneros e modelos de negócios**. Covilhã-PT: Livros LabCom, 2017.pp. 265-288.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BELAIR-GAGNON, Valerie. **Social Media at BBC News: The Re-Making of Crisis Reporting**. New York: Routledge, 2015.

BECKER, Beatriz. “Vida na Mídia: além do jornalismo. Entrevista com Mark Deuze”. In: **Revista Eco-Pós**, vol. 19, no. 1, 2016.

BRADSHAW, Paul. “Instantaneidade1: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição”. In: CANAVILHAS, João. (Org.) **WebJornalismo 7 Características que marcam a diferença**. Covilhã-PT: Editora Livros LabCom Books, 2014.

BRANDÃO, E. P. **Da ciência ao mercado, a informação em tempo real**. Tese de Doutorado em Ciência da Informação. Brasília: Universidade de Brasília. Brasília, 1999.

BOYD, Danah, GOLDBER, Scott e LOTAN, Gilad. 2010. “Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter.”. In: **HICSS-43**. IEEE: Kauai, HI, 6 de janeiro de 2010. Disponível em: <<https://www.danah.org/papers/TweetTweetRetweet.pdf>>. Acesso em: junho de 2018.

CALABRESE, Laura, DOMINGO, David, PEREIRA, Fabio. “Superando as Frustrações Normativas da Pesquisa sobre a Participação da Audiência. Introdução”. In: **Surlejournalismo**, [Enligne], Vol 4, nº2 – 2015.

CANAVILHAS, João. “Jornalismo Transmídia: um novo desafio ao ecossistema midiático”. In: **Periodismo Transmedia: miradas múltiples**, Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2013.

_____. **Notícias e mobilidade: o jornalismo, na era dos dispositivos móveis**. Covilhã-PT: Editora Livros LabCom Books, 2013b.

_____. “Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas”. In: CANAVILHAS, João. (Org.) **Webjornalismo 7 Características que marcam a diferença**. Covilhã-PT: Editora Livros LabCom Books, 2014.

CANAVILHAS, João e BACCIN, Alciane. “Contextualização de reportagens hipermídia: narrativa hipermídia e imersão”. In: **Brazilian Journalism Research** - Volume 1 - Número 1 – 2015.

CANAVILHAS, João e FIDALGO, Antônio. “Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular”. In: RODRIGUES, Carla (org.). **Jornalismo on-line, modos de fazer**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

CANAVILHAS, João e RODRIGUES, Carla. **Jornalismo Móvel: Linguagem, gêneros e modelos de negócios**. Covilhã-PT: Livros LabCom, 2017.

CONDE, Mariana Guedes. “A estrutura da notícia na mídia digital: uma análise comparativa entre o webjornal e o aplicativo para iPad de El País”. 2013. In: **Notícias e mobilidade: o jornalismo, na era dos dispositivos móveis**. Covilhã-PT: Editora Livros LabCom Books, 2013b.

DALMONTE, Edson Fernando. “Narrativa Jornalística e Narrativas Sociais: Questões acerca da Representação da Realidade e Regimes de Visibilidade”. In: FERREIRA, Giovandro Marcus et. Al. **Teorias da Comunicação: Trajetórias Investigativas**. Porto Alegre: EDPUCRS, 2010.

DALMONDE, Edson e SILVA, Wanise Cabral. “Jornalismo, bases de dados e memória em tempos de convergência: o Dever de informar X o Direito de ser esquecido”. In: *Lumina*, vol. 1, no. 10, abril de 2016.

DAMASCENO, Patrícia Lopes. **Design de notícias no cenário de convergência jornalística: práticas profissionais em jornais do Rio Grande do Sul**. Tese de Doutorado defendida junto ao PPGCOM/UFRGS, 2018.

DE LA PEÑA, Nonny et. al. “Immersive Journalism: Immersive Virtual Reality for the First-Person Experience of News”. In: **Presence**, Vol. 19, No. 4, August 2010, 291–301.

DEPARTMENT for Culture Media & Sport. **BBC for the future: a broadcaster for distinction**. Maio de 2016. Disponível em: <https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/524863/DCMS_A_BBC_for_the_future_linked_rev1.pdf>. Acesso em: julho de 2019.

DIAS, André Bonsanto. “Pensar o acontecimento: jornalismo, temporalidade e narrativa em uma perspectiva histórica”. In: **Verso e Reverso**, XXV (60):172-182, setembro-dezembro 2011.

DÍAZ NOCI, Javier e SALAVERRIA ALIAGA, Ramón (Coords.). **Manual de Redacción ciberperiodística**. Barcelona, Editorial Ariel, 2003.

DOS SANTOS, Márcio Carneiro. “Existe jornalismo transmídia? Considerações sobre o reuso de conceitos”. In: **Revista GEMINIS**, São Carlos, UFSCar, v. 8, n. 3, pp.136-149, set./dez. 2017.

FECHINE, Ivana. **Televisão e presença: uma abordagem semiótica da transmissão direta**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

FIDALGO, A. “A resolução semântica no jornalismo online”. In: BARBOZA, Suzana.(org.). **Jornalismo Digital de terceira geração**. Covilhã-PT: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007. (pp. 101-110).

FIGUEIREDO, Camila Augusta Pires de. “Narrativa Transmídia: modos de narrar e tipos de histórias”. Letras, Santa Maria, v. 26, n. 53, p. 45-64, jul-dez, 2016.

FRANÇA, Lilian Cristina Monteiro. “Modelos de negócios para a Internet e o financiamento da indústria jornalística”. In: **Jornalismo e Tecnologia**.

FRANCISCATO, C.E., GUERRA, J.L. e FRANÇA, L.C.M. Aracaju-SE: Editora da UFS, 2015.

_____. “OccupyBrazil: configurando uma rede de reações”. In: **Culturas Midiáticas**, Ano VII, n. 12 - jan-jun/2014.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais**. São Cristóvão: Editora UFS, 2005.

_____. **A atualidade no jornalismo: Bases para sua delimitação teórica**. Tese de Doutorado. PPGCOM/UFBA, 2003.

_____. “A participação dos leitores na construção de experiências temporais no jornalismo online”. In: **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

_____. “A Temporalidade Múltipla no Webjornalismo”. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009.

_____. “Temporalidade, mediação e tecnologia no jornalismo em ambientes digitais”. In: **16ª. SBPJOR**, 2018. 35

_____. “TECNOLOGIAS digitais e temporalidades múltiplas no ecossistema Jornalístico”. In: **Contracampo**, 2018b.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMIS, Lorenzo. *Teoría del periodismo - Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós, 1991.

GRADIM, Anabela. Webjornalismo e a Profissão de Jornalista: alguns equívocos sobre a dissolução do 4º. Poder”. In: BARBOZA, Suzana. (org.). **Jornalismo Digital de terceira geração**. Covilhã-PT: Labcom – Universidade da Beira Interior, 2007. (pp. 101-110).

GREEN, Joshua, e JENKINS, Henry. “Spreadable media: How audiences create value and meaning in a networked economy”, pp. 109-127. In: Nightingale, Virginia (ed.) **The handbook of media audiences**. Oxford: Blackwell Publishing, 2011.

GUTEMBERG, Alisson e LIMA, Thiago José. “JORNALISMO E NARRATIVA TRANSMÍDIA: UMA ANÁLISE DE DOIS CASOS”. In: **XIV EVIDOSOL e XI CILTEC-Online** - junho/2017.

INSTAGRAM. **OurStory**. 2019. Disponível em: <<https://instagram-press.com/our-story/>>. Acesso em: agosto de 2019.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

_____. **Transmedia 202: Further Reflections. Confessions of an AcaFan: The Official Weblog of Henry Jenkins**, 1 ago. 2011. Disponível em: http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html. Acesso em: agosto de 2018.

JORGE, Thais de Araújo. **A notícia em mutação. Estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital**. Tese de Doutorado. PPGCOM/UNB, 2007.

HAIJKOWSKI, Thomas. “The BBC and national identity in Britain, 1922–53”. In: **The Journal of Modern History**, 84(2):479-480, Junho de 2012.

LONGHI, Raquel Ritter. “Notícia e convergências nas RSIs: uma experiência social”. In: SBPJor - 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Curitiba – Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Novembro de 2012.

_____. “A grande reportagem multimídia como gênero expressivo no ciberjornalismo”. In: **6º. Simpósio Internacional de Ciberjornalismo**, Campo Grande, 2015.

LÜCKMAN, Ana Paula e FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. “Contexto e contextualização no Jornalismo: uma proposta conceitual”. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**, vol. 14, no. 2, 2017.

MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

MACEDO, Aline; AQUINO, Fernando e MOTTA, Carlos Jacinto. “Cultura do LIKE: interpretação e percepção de conteúdos nas mídias sociais”. In: Filotec, ano 3, vol 5, 2017.

MARTINS, Elaide. “Convergência e narrativa transmídia no jornalismo na Amazônia brasileira: Manifestações no G1 amapá”. In: **XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** –Foz do Iguaçu, PR –2a 5/9/2014.

_____. “Telejornalismo na era DIGITAL: aspectos da narrativa transmidiana televisão de papel”. In: **Brazilian Journalism Research**- Volume 8 - Número 2 – 2012.

MCQUAIL, D. (2003). **Teoria da Comunicação de Massas**. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.

MELO, José Marques. “Panorama diacrônico dos gêneros jornalísticos”. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS – 2 a 6 de setembro de 2010.

MELO, José Marques; ASSIS, Francisco. “Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório”. In: **Intercom – RBCC**. São Paulo, v.39, n.1, p.39-56, jan./abr. 2016.

MICHAELIS. **Dicionário**. *Online*. Disponível em: <www.michaelis.uol.com.br>. Acesso em: julho de 2019.

MIELZINUK, L. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas), Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, 2003. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/12769270/Jornalismo-na-web-uma-contribuicao-para-o-estudo-do-formato-da-noticia-na-escrita-hipertextual>> Acesso em: agosto de 2018.

MIRANDA, Cristiane Fontinha, BALDESSAR, Maria José e CAVENAGHI, Beatriz. “Modelos de construção narrativa no jornalismo digital no Brasil, Estados Unidos e Inglaterra”. In: **XXXV III Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Rio de Janeiro, RJ, 2015.

MITTERMAYER, Thiago. **Narrativa transmídia: uma releitura conceitual**. E-book Editora COD3S. PUC-SP: 2017.

MOHERDAUI, Luciana. **Guia de estilo web. Produção e edição de notícias online**. São Paulo: Senac, 2000.

MORETZSOHN, Sylvia. **A velocidade como fetiche – o discurso jornalístico na era do "tempo real"**. Tese de Doutorado, Universidade Federal Fluminense, 2000.

MOTTA, Luiz G. (2002): **Para uma antropologia da notícia**, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, S. Paulo, Vol XXV, no. 2 OLIVEIRA, Viviam. “A construção do texto jornalístico nos dispositivos móveis tablets e smartphones”. In: **Simpósio Internacional de Ciberjornalismo**, Campo Grande-MT, 2014.

_____. **Análise pragmática da narrativa jornalística**. In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro. 2005.

PALACIOS, Marcos. “Convergência e memória: jornalismo, contexto e história”. In: **Matrizes**, Ano 4 – Nº 1 jul./dez. 2010.

_____. “Memória: Jornalismo, memória e história na era digital”. In: In: CANAVILHAS, João. (Org.) **Webjornalismo 7 Características que marcam a diferença**. Covilhã-PT: Editora Livros LabCom Books, 2014.

PAULINO, R. C. R.. Conteúdo digital interativo para tablets-iPad: uma forma híbrida de conteúdo digital. In: **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom 2012**, 2012, Fortaleza. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom 2012. São Paulo: Intercom, 2012.

PELLANDA, Eduardo Campos. “O tablet como tela transformadora para o rádio e o jornal”. In: **Anais 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, 2012, Curitiba. 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Brasília: SBPJor, 2012. v. 1.

PODER 360. **Jornais e Revistas continuam avançando em 2017 com suas versões digitais**. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/2017/04/05/jornais-e-revistas-continuam-avancando-em-2017-com-suas-edicoes-digitais/>>. Acesso em: agosto de 2018.

PORTUGAL, Sílvia. “Contributos para uma discussão do conceito de rede na teoria sociológica”. In: **Oficina do CES** n.º 271 Março de 2007. Disponível em: <<https://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/271/271.pdf>>. Acesso em: agosto de 2019.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

RECUERO, Raquel. “Discutindo Análise de conteúdo como método: o #Diadaconsciêncianegra no Twitter”. In: **Cadernos de ESTUDOS LINGÜÍSTICOS**— (56.2), Campinas, jul./dez. 2014.

_____. **Espalhamento de Informações na Rede I: Jenkins e Eu. 2009**. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2009/04/espalhamento-de.html>>. Acesso em: agosto de 2019.

RENAULT, David e CATALDO, Elizabeth. “Múltiplas temporalidades nas plataformas em tempo real”. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia** Vol. 12 Nº 1 Janeiro a Junho de 2015.

RYAN, Marie-Laurie. “Transmedial Storytelling and Transfictionality”. In: **PoeticsToday**. v. 34, n. 3, p. 361-388, 2013.

_____. “Narratologia transmedia e transmedia storytelling”. In: **Mediapolis: revista de comunicação, jornalismo e espaço público**. Nº 6, 2018.

SANTAELLA, Lucia, **Cultura das mídias**. 3 ed. São Paulo: Experimento, 1996.

SANTOS, Saulo Adriano. **Jornalismo factual: a verdade da informação e sua confirmação no real**. Dissertação de Mestrado. UNESP/Bauru, 2008.

SILVA, Polyana. “Dinâmicas Comunicacionais na Representação da Vida Cotidiana Instagram: um modo de narrar sobre si, fotografar ou de olhar para se ver”. In: **XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, Ouro Preto, 2012.

SILVA Jr., José Afonso da. “Da fotografia Expandida à Fotografia Desprendida: Como o Instagram Explica a Crise da Kodak e Vice-versa”. In: **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Fortaleza, 2012.

SODRÉ, M. 2009. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis, Vozes, 287 p.

SOUZA, Maurício Dias. **Jornalismo e Cultura da Convergência: a narrativa transmídia na cobertura do caso cablegate nos sites El País e Guardian**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2011.

SOUZA, Maurício Dias; MIELNICZUK, Luciana. “Aspectos da narrativa transmidiática no jornalismo da revista Época”. In: **Revista Comunicação e Inovação**. São Caetano do Sul, v. 11, n. 20, 2010.

STATISTA. **Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 1st quarter 2019 (in millions)**. 2019. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>>. Acesso em: julho de 2019.

THE Guardian. “6x9”. In: The Guardian, 2018. Disponível em: <https://www.theguardian.com/world/ng-interactive/2016/apr/27/6x9-a-virtual-experience-of-solitary-confinement>. Acesso em: outubro de 2018.

TOKYO SHIMBUN. The Tokyo Shimbun "Share the Newspaper with Children". 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?time_continue=6&v=2ouW5W_tMbg>. Acesso em: outubro de 2018.

TWITTER. **Central de Ajuda**. 2019. Disponível em: <<https://help.twitter.com/pt/using-twitter/twitter-moments>>. Acesso em: julho de 2019.

UFMG. **O que é RSS?** 2006. Disponível em: <<https://www.ufmg.br/online/web/arquivos/003127.shtml>>. Acesso em: julho de 2019.

VEGLIS, A. (2012a). **Journalism and Cross-media Publishing: The case of Greece**. In Eugenia Siapera and Andreas Veglis (ed). *The Handbook of Global Online Journalism*, pp. 209-230. West Sussex: Wiley-Blackwell.

VERMELHO, Sônia Cristina; Ana Paula Machado, VELHO e Valdecir, BERTONCELLO, Valdecir. “Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores”. In: **Educ. Pesqui.**, São Paulo, v. 41, n. 4, p. 863-881, out./dez. 2015.

VIEIRA, André Guirland. “Do Conceito de Estrutura Narrativa à sua Crítica”. In: **Psicologia: Reflexão e Crítica**, 2001, 14(3), p. 599-608.

VIZEU, Alfredo. Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo. 5.ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

_____ e ALVES, Kellyane Carvalho. “Telejornalismo “participativo”: pressão das audiências ou a fragilidade”. In: **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós**, Brasília, v.20, n.2, maio/ago. 2017

ZAGO, Gabriela. “Circulação jornalística potencializada: o Twitter como espaço para filtro e comentário de notícias por interagentes”. In: **C&S – São Bernardo do Campo**, v. 34, n. 1, p. 249-271, jul./dez. 2012.

ZAMITH SILVA, Fernando Antônio Dias. **A Contextualização no ciberjornalismo**. Tese de Doutorado, Universidade do Porto, 2011.x